

**UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
NUCLEO "RAFAEL RANGEL"
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,
ECONÓMICAS Y CONTABLES
TRUJILLO, ESTADO TRUJILLO**



**PROCESO DE PLANIFICACIÓN TRIBUTARIA DE LAS EMPRESAS
TELEFÓNICAS EN EL MUNICIPIO VALERA, ESTADO TRUJILLO**

Autora: Jolfrancy Fernández

Octubre, 2012

**UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
NUCLEO "RAFAEL RANGEL"
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,
ECONÓMICAS Y CONTABLES
TRUJILLO, ESTADO TRUJILLO**



**PROCESO DE PLANIFICACIÓN TRIBUTARIA DE LAS EMPRESAS
TELFÓNICAS EN EL MUNICIPIO VALERA, ESTADO TRUJILLO**

**TRABAJO ESPECIAL DE GRADO PRESENTADO ANTE LA ILUSTRE
UNIVERSIDAD DE LOS ANDES COMO REQUISITO PARA OPTAR AL
TÍTULO DE LICENCIADA EN CONTADURÍA PÚBLICA**

**Autora: Jolfrancy Fernández
Tutor: Rolando Adriani**

DEDICATORIA

A Dios Todopoderoso por haberme dado la sabiduría y el entendimiento para poder llegar al final de mi carrera, por proveerme de todo lo necesario para salir adelante y por todo lo que me ha dado.

A mi Madre quien con su amor e incondicional apoyo me ha llevado a la senda recta, con perseverancia y responsabilidad, para ser una mujer de progreso y de bien. Gracias por confiar en mí y por ayudarme a alcanzar esta gran meta. Tu mamá eres mi ejemplo de amor, paciencia y ternura, por ti soy lo que soy, mis éxitos serán tuyos. Te amo mama.

A ti Papá por ser ejemplo de amor y progreso, por creer en mí y siempre apoyarme para continuar adelante forjando mi camino por la senda del bien y de la verdad.

A mi Familia por estar siempre y en cada instante de mi vida, dándome sus mejores consejos y palabras de aliento. Yolisbeth, Joanderson, Johnadal, Yasmira y María, para poder alcanzar mi meta ustedes siempre han puesto su grano de arena. Valen oro.

A mis sobrinos Katherine, Miguel, Daniel, Sebastián y Santiago por ser ustedes mi luz y mi alegría, porque siempre están para mí, haciéndome reír y vivir, son mis grandes tesoros, los amo.

A mi incondicional hermano, Nelson quien con su amistad y honestidad, ha plasmado su imborrable huella en mi alma e incontables aspectos de mi vida, como también en el desarrollo de mi carrera, mil gracias AMIGO.

A mi novio Rafael, quien me brindó su amor, su cariño, su estímulo y comprensión, paciencia, fortaleza y su apoyo constante mil gracias por acompañarme y por demostrarme que en todo momento cuento contigo, para seguir adelante y así cumplir esta etapa en mi vida. Te amo mi Lokito.

A Yeskelis, pues eres un pilar invaluable de compañerismo, hermandad y amistad, has marcado mi corazón.

A mis grandes amigos que me apoyaron, me alentaron y estuvieron para mí, amigos que tengo desde el primer semestre de mi carrera, y a los que quiero mucho, a Carmen, Elimar y Keysy jamás olvidare nuestras aventuras tanto en la universidad como fuera de ella. Les deseo un éxito enorme, que se que lo tendrán.

AGRADECIMIENTO

A Dios Todopoderoso, por darme la vida y hacer realidad el cumplimiento de tan anhelada meta.

A mi Madre, ejemplo de esfuerzo y esperanza, siempre a mi lado, siendo mí sostén y fuerza, gracias por siempre, que Dios te bendiga. Te amo.

A la Universidad De Los Andes, por ser mi techo del saber, en donde fui y soy formada como una profesional integral, ciudadana de bien social y paz. A donde quiera que vaya dejaré en alto el nombre de esta casa de estudios.

A mi tutor, Ing. Rolando Adriani, una persona admirable, ejemplo de inteligencia, constancia, dedicación y tolerancia, quien me dio su mano amiga para luchar en el recorrido desarrollo de esta investigación, apoyándome incondicionalmente, quien compartió conmigo todos sus conocimientos, apostando al alcance de mi meta. Dios te pague.

Jolfrancy Fernández Rubio.

bdigital.ula.ve

Cuando quieres algo, todo el universo conspira para que realices tu deseo.

Paulo Coelho...

ÍNDICE GENERAL

VEREDICTO	pp. iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE GENERAL	vi
LISTA DE CUADROS	viii
LISTA DE TABLAS	ix
LISTA DE GRÁFICOS	x
RESUMEN	xi
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I. EL PROBLEMA	3
Planteamiento del Problema	3
Formulación del problema	6
Sistematización del problema	6
Objetivos de la investigación	7
Objetivo general	7
Objetivos específicos	7
Justificación de la investigación	7
Delimitación de la investigación	8
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	9
Antecedentes	9
Bases teóricas	13
El Tributo	13
La Planificación Tributaria	16
Proceso de planificación tributaria	19
Franquicias	22
Fines y objetivos de las empresas telefónicas en Venezuela	24
Obligaciones tributarias de las Empresas Telefónicas y sus Agentes	
Autorizados en Venezuela	30
Nivel de tributación de las Empresas Telefónicas en Venezuela	35
Planes tributarios	39
Bases legales	43
Definición de Términos Básicos	55
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO	59
Tipo y diseño de la investigación.	59
Población y muestra	59
Instrumento de Recolección de Información.	61
Validez del Instrumento	61

Plan de análisis de datos	p.p. 62
CAPÍTULO IV. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	83
Análisis descriptivo	83
Recomendaciones	85
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	87
ANEXOS	91
ANEXO A. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	92
ANEXO B. VALIDACIONES	101

bdigital.ula.ve

LISTA DE CUADROS

Cuadro	pp.
1. Operacionalización de la variable	58
2. Población para el estudio	60

bdigital.ula.ve

LISTA DE TABLAS

Tabla	pp.
1. Dimensión: Oportunidad de acceso a los servicios	63
2. Dimensión: Políticas para el desarrollo del sector	65
3. Dimensión: Desarrollo tecnológico	66
4. Dimensión: Prestación de los servicios en lo económico financiero	67
5. Dimensión: Prestación de los servicios en lo económico financiero	69
6. Dimensión: Red digital de servicios integrados	70
7. Dimensión: Velocidad para transmitir información	72
8. Indicador: Fisco Nacional	73
9. Indicador: Conatel	75
10. Indicador: Fondo de investigación y desarrollo de las telecomunicaciones	76
11. Indicador: Impuestos Municipales	77
12. Indicador: Tasas	78
13. Indicador: Contribuciones Especiales	79
14. Indicador: Recursos	80
15. Indicador: Estrategias	81

bdigital.ula.ve

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico		pp.
1.	Dimensión: Oportunidad de acceso a los servicios	64
2.	Dimensión: Desarrollo tecnológico	66
3.	Dimensión: Prestación de los servicios en lo económico financiero	68
4.	Dimensión: Prestación de los servicios en lo económico financiero	69
5.	Dimensión: Red digital de servicios integrados	71
6.	Dimensión: Velocidad para transmitir información	72
7.	Indicador: Fisco Nacional	74

bdigital.ula.ve

**UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
NUCLEO “RAFAEL RANGEL”
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,
ECONÓMICAS Y CONTABLES
TRUJILLO, ESTADO TRUJILLO**



**PROCESO DE PLANIFICACIÓN TRIBUTARIA DE LAS EMPRESAS
TELEFÓNICAS EN EL MUNICIPIO VALERA, ESTADO TRUJILLO**

Autora: Jolfrancy Fernández
Tutor: Rolando Adriani
Año: 2012.

RESUMEN

El propósito de esta investigación es evaluar el proceso de planificación tributaria de las Empresas Telefónicas en el municipio Valera, estado Trujillo. Los objetivos específicos se orientan a analizar la planificación tributaria para el cumplimiento de los fines y objetivos de dichas Empresas; caracterizar la planificación tributaria para cumplir con las obligaciones legales inherentes a las Empresas; identificar el nivel de tributación dentro de los marcos legales y evaluar los planes tributarios, recursos y estrategias de las Empresas Telefónicas en el municipio Valera, estado Trujillo. Se trata de una investigación descriptiva con diseño de campo. Se trabajó con siete (7) Empresas Telefónicas ubicadas en el Centro Comercial Plaza (CCP), sector Las Acacias, Municipio Valera, estado Trujillo, cuyos sujetos informantes fueron sus administradores y/o contadores, los cuales se encargan de llevar a cabo el proceso tributario de las mismas. Como instrumento de recolección de información se aplicó una encuesta tipo cuestionario diseñada con una escala de Liker contentiva de cuarenta y un (41) preguntas. El análisis de la información recopilada determinó que el proceso de planificación tributaria de las empresas telefónicas del CCP, cumple con las expectativas financieras de las mismas, sin embargo, se puede optimizar para que genere 100% de resultados favorables que satisfagan las necesidades de la organización, además de ofrecer información sobre el incumplimiento de la obligación tributaria, evitando los ilícitos y la aplicación de sanciones.

Descriptores: proceso de planificación – empresa – telefónica.

INTRODUCCIÓN

La base de toda empresa comercial es la compra y venta de bienes y servicios con la finalidad de producir ingresos que le permitan cubrir los gastos básicos y obtener márgenes de ganancias. Sin embargo, esa actividad a la vez está sujeta al pago de tributos nacionales, municipales y parafiscales cuya responsabilidad empresarial los hace libre de sanciones y puede colocar al negocio en un lugar de relevancia al lado de quienes incumplen sus obligaciones; de hecho, puede una empresa estar libre de demandas o cierres indebidos por el solo hecho de cancelar a tiempo las obligaciones tributarias, a parte de la gran cantidad de beneficios que nos brinda la sola planificación.

Actualmente, el Estado exigen a sus ciudadanos la contribución pecuniaria para el funcionamiento y manutención del gasto público; a través del cobro de tributos, para ello armonizan las políticas fiscales y económicas con la legislación tributaria, al mismo tiempo, le dan modernidad a los órganos administradores de los tributos, de tal modo, que en conjunto todas estas acciones se constituyan en el fundamento del sistema tributario del país.

En ese sentido, la planificación tributaria, posibilita a las empresas distribuir adecuadamente los ingresos, el efectivo disponible, separándolos para el pago de los tributos en el momento indicado, para así evitar sanciones o daños que desestabilicen a la empresa. Es por ello, que es de gran importancia para los empresarios saber cómo y de qué manera la planificación tributaria interviene en su desarrollo empresarial.

En base a los planteamientos anteriores surge la necesidad de desarrollar la presente investigación, cuyo propósito fundamental estará orientado a evaluar el proceso de planificación tributaria de las Empresas Telefónicas en el municipio Valera, estado Trujillo.

El proyecto de investigación está conformado por cinco (5) capítulos,

estructurados de la siguiente manera:

Capítulo I. Planteamiento del Problema. Contiene el planteamiento, formulación, sistematización, objetivo general, objetivos específicos, justificación y delimitación del Problema.

Capítulo II. Marco Teórico. Conformado por los antecedentes sobre los cuales se fundamenta esta investigación, bases teóricas, bases legales, términos básicos y mapa de variables.

Capítulo III. Marco Metodológico. En el que se describen el tipo y diseño de la investigación; así como el instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad.

Capítulo IV, contiene el análisis, presentación de los resultados obtenidos en la investigación y el análisis crítico reflexivo de los datos.

Capítulo V, está basado en las conclusiones y recomendaciones de esta investigación.

Finalmente, los aspectos formales de la investigación, como son la bibliografía y los anexos.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

En todas las organizaciones de la economía de los países, es el sistema fiscal el que impone la contribución para el sostenimiento del gasto público, a través de la actividad económica que realicen los contribuyentes, mediante un sistema tributario justo y de la disciplina correspondiente a la hacienda pública.

El sistema fiscal comprende tres tipos de tributos: impuestos, tasas y contribuciones especiales. Las tasas y las contribuciones especiales son cuantitativamente muy inferiores a los impuestos y se exigen en contrapartida por la prestación de servicios o por la obtención de utilidades o beneficios, como consecuencia de la realización de obras o servicios públicos; por lo contrario, los impuestos son una cuota involuntaria pagada por individuos o instituciones a un organismo público, sin contraprestación de servicios.

Para el cumplimiento de la declaración y pago de los impuestos las empresas deben implementar un sistema de planificación tributaria, herramienta que busca aminorar la carga tributaria, es una herramienta muy poderosa con miras a marcar la diferencia entre tener éxito en los negocios o no tenerlo.

Con base a esa herramienta, es importante destacar que Venezuela hasta finales de la década de la década de 1980 fue conocida en el mundo como un paraíso fiscal, por ende resultaba atractivo para aquellos inversionistas que deseaban multiplicar sus ganancias a cambio de muy pocos impuestos. No obstante, a partir de 1993 comenzaron a vislumbrarse

situaciones en la economía venezolana como precios bajos del barril de petróleo, ingresos públicos insuficientes, que conllevaron a sus mandatarios a realizar cambios en el ámbito económico, apoyándose en el marco tributario. De manera tal que a partir de entonces, todos los ciudadanos se encontraban en la obligación de colaborar con las cargas públicas del Estado, recayendo la mayor responsabilidad en las personas jurídicas.

Pues bien, en el transcurso del tiempo el gobierno continuó realizando reformas con el propósito de perfeccionar la exacción tributaria, ampliando la base imponible e incrementando las sanciones pecuniarias, creando la pena privativa de libertad para aquellos que cometan delitos tributarios e inclusive extendiendo la responsabilidad solidaria a los Asesores y Asesoras en esta materia.

En tal sentido y con la finalidad de evitar sanciones o conflictos legales relacionados con la tributación, las empresas deben utilizar la planificación tributaria definida por Hidalgo (2009) como “una herramienta administrativa que tiene como finalidad determinar el pago de la cantidad justa que le corresponde al contribuyente por concepto de tributos”, esta herramienta ayuda a consolidar procesos gerenciales, tales como la planificación creativa en vez de la rutinaria, la valoración de la reputación en el mismo nivel del capital financiero y los aportes tributarios en vez de la evasión, siendo estos últimos fundamentales para el mejoramiento de la calidad de vida de la población.

En este sentido, atendiendo que en Venezuela el ordenamiento jurídico tributario es amplio y variado en lo referente a los impuestos, tasas, contribuciones, deberes parafiscales en materia laboral y ambiental, cada Ley está respaldada por una institución encargada de fiscalizar el cumplimiento de la misma, razón por la cual cada empresa debe implementar la planificación tributaria en función de darle cumplimiento, respeto a cada una de las leyes fiscales vigentes.

Visto así, las empresas deben darle la importancia que realmente tiene

la planificación tributaria en función de anticiparse, presupuestar los pagos, deberes fiscales y parafiscales enmarcados en un sistema fiscal que por ley ejerce un poder coercitivo en los contribuyentes. La aplicación de la planificación tributaria permite a las empresas llevar un mejor control sobre sus operaciones, evitar multas y sanciones.

Con base en lo expresado, puede afirmarse, una empresa donde no se utilice un proceso efectivo y completo de planificación tributaria puede pasar por alto alguna falla o anomalía contemplada en las respectivas leyes y al no plantearlas a tiempo pueden originarse situaciones imprevistas, conflictos legales con multas financieras que coloquen en riesgo la credibilidad del negocio. En estos casos, al no implementarse los correctivos necesarios, pueden seguirse cometiendo las mismas fallas, las cuales le conllevan a sanciones o multas que afectan directamente a sus finanzas, generando problemas de carácter administrativo, financiero y legal.

La aplicación de la planificación tributaria se hace imprescindible para cualquier tipo de organización, incluyendo las empresas telefónicas, por cuanto además de cumplir con los deberes formales fiscales, también están sujetas a la Ley Orgánica de Telecomunicaciones (2000) y a la Comisión Nacional de Telecomunicaciones de Venezuela (CONATEL), organismo del Estado Venezolano que ejerce la regulación, supervisión y control sobre las telecomunicaciones y a quien también estas empresas deben contribuir con su aporte impositivo.

Según un diagnóstico previo a la investigación, se determinó que en las empresas telefónicas del municipio Valera, estado Trujillo, se aplican procedimientos de planificación tributaria, es decir, los responsables de la administración y contabilidad en estas empresas, de alguna manera planean el cumplimiento fiscal. Sin embargo, se detectó que los mismos se realizan con debilidades por cuanto en la elaboración del plan integral son obviados los fines y objetivos de las Empresas Telefónicas así como las obligaciones legales inherentes al régimen de estas telefónicas junto al nivel de tributación

dentro de los marcos legales de las telefónicas.

En tal sentido, en la planificación tributaria de las Empresas Telefónicas del municipio Valera, se presume, se están pasando por alto muchos detalles de interés tributario, recursos y estrategias para el cumplimiento fiscal dado el desconocimiento profundo del proceso de planificación para lograr una auténtica organización empresarial con el cumplimiento de los requisitos y lineamientos de todo el régimen tributario para entender su verdadero alcance y significado.

Como expresa Parra (2006: 243) “una planeación integral necesita estar encauzada dentro de la planeación general de la empresa, en sus aspectos económicos, financieros, jurídicos, tecnológicos, entre otros”. En tal sentido, la fijación de las finalidades de la empresa, los objetivos tributarios, las metas y las estrategias para lograrlos son el cauce donde debe estructurarse el plan. La planeación tributaria de la empresa, aunque no comprende en forma específica los aspectos del procedimiento, sí requiere, por lo menos, contemplar los lineamientos generales del mismo, por sus implicaciones administrativas, económicas y financieras, que pueden alterar en forma sustancial el nivel impositivo.

Formulación del problema

¿Cómo es el proceso de planificación tributaria de las Empresas Telefónicas en el municipio Valera, estado Trujillo?

Sistematización del problema

¿Cuáles son los fines y objetivos de las Empresas Telefónicas en el municipio Valera, estado Trujillo?

¿Cómo es el cumplimiento de las obligaciones tributarias inherentes a las Empresas Telefónicas en el municipio Valera, estado Trujillo?

¿Cómo son los planes tributarios, recursos y estrategias de las

Empresas Telefónicas en el municipio Valera, estado Trujillo?

Objetivos de la investigación

Objetivo general

Evaluar el proceso de planificación tributaria de las Empresas Telefónicas en el municipio Valera, estado Trujillo.

Objetivos específicos

Identificar los fines y objetivos de las Empresas Telefónicas en el municipio Valera, estado Trujillo.

Describir el cumplimiento de las obligaciones tributarias inherentes a las Empresas Telefónicas en el municipio Valera, estado Trujillo.

Evaluar los planes tributarios, recursos y estrategias de las Empresas Telefónicas en el municipio Valera, estado Trujillo.

Justificación de la investigación

La presente investigación tiene como acción principal especificar el proceso de planificación tributaria, con la finalidad de lograr mediante sistemas, procedimientos diversos, la regularidad y corrección de la administración tributaria y así mismo realizar un cuidadoso análisis, desde la perspectiva tributaria, de las estrategias implementadas para fortalecer la cultura tributaria en las empresas telefónicas del municipio Valera.

Desde el punto de vista teórico, la investigación propuesta busca, mediante la aplicación de la teoría y los conceptos básicos de la materia tributaria, encontrar explicaciones a situaciones internas como (sanciones, retrasos, desconocimiento de los deberes), que afectan a las empresas telefónicas en el cumplimiento o no de la planificación tributaria a través de la praxis de profesionales especializados en el área contable.

Desde el punto de vista metodológico, el estudio es importante ya que sirve como antecedente para nuevas investigaciones sean descriptivas o documentales relacionadas con la Planificación Tributaria como herramienta que garantiza la excelencia y correcta aplicación de los procesos en general para lo cual se basa en distintos pasos y etapas para garantizar el buen funcionamiento de la misma pudiendo puntualizar las fallas que se pueden presentar para aplicar los correctivos. Por otra parte, esta investigación reunirá teorías sobre las variables objeto de estudio como lo es la Planificación Tributaria que servirá de apoyo a futuros investigadores.

Desde el punto de vista práctico, la presente investigación se considera de gran importancia al resaltar los objetivos de la planificación tributaria en la praxis de la gerencia y de la contaduría pública para identificar la existencia de contingencias a partir de una evaluación de cumplimiento de las diversas obligaciones tributarias en cuanto a: revisión de las cuentas de ingresos y gastos más importantes; evaluación de la documentación que respalda los asientos contables; revisión de los procedimientos, conceptos y metodología utilizados por las empresas telefónicas con el propósito de reducir el riesgo de carácter tributario y lograr un adecuado planeamiento fiscal.

Delimitación de la investigación

La finalidad de esta investigación es evaluar el proceso de planificación tributaria de las Empresas Telefónicas en el municipio Valera, estado Trujillo. En tal sentido, se propone determinar la importancia de la Planificación Tributaria en el cumplimiento de los deberes fiscales de las empresas telefónicas en la jurisdicción del municipio Valera. La misma se realizará en la ciudad de Valera, con bibliografía actualizada sobre la variable en estudio, referente a las leyes y obligaciones tributarias nacionales. El periodo de estudio comprendió veinte meses comenzando desde febrero de 2011 hasta octubre de 2012.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Luego de haberse definido el planteamiento del problema y determinado los objetivos que precisan los fines de la presente investigación, se hace necesario establecer los aspectos teóricos que sustentan el estudio en cuestión. Al considerar lo antes expuesto, se presentan los fundamentos teóricos relacionados con diversas propuestas y estudios acerca de la creación de cooperativas, tomando en cuenta las bases legales.

Antecedentes de la investigación

Con el objeto de conformar una estructura de conocimientos sobre el presente estudio, se realizó una búsqueda de investigaciones desarrolladas con anterioridad que guardan relación con el objetivo propuesto. Los antecedentes recopilados son los siguientes:

Valera (2009) presentó en la Universidad Centro Occidental Lisandro Alvarado, la investigación titulada: **“Directrices de Planificación Tributaria en Materia de Impuesto Sobre la Renta. Caso: Empresa Corpinsa Lara C.A.”**. La investigación tuvo como propósito plantear directrices de planificación tributaria en materia de impuesto sobre la renta. Caso: Empresa Corpinsa Lara C.A., Periodo 01-01-2008 al 31-12-2008. Se inserta dentro de la modalidad proyecto factible con apoyo en una investigación de campo de carácter descriptiva. La población estuvo conformada por diez (10) personas que laboran en el área de administración y contabilidad de la empresa Corpinsa Lara C.A. la autora optó por trabajar con todo el marco poblacional por ser la población pequeña y de fácil abordaje.

En la recolección de la información se utilizó la técnica de la encuesta mediante un instrumento tipo cuestionario contentivo de 16 ítems cerrados en escala tipo Likert con cuatro opciones de respuesta. El instrumento fue sometido a validez mediante juicio de expertos y el cálculo de confiabilidad se realizó por Alfa de Cronbach, su resultado 0.92. En la técnica de análisis de los datos se empleó la estadística descriptiva, la presentación se efectuó mediante cuadros y gráficos de barras. El análisis estadístico en su fase diagnóstica determinó: que en la empresa Corpinsa Lara C.A., tiene limitaciones para emplear directrices de planificación tributaria que proteja la capacidad contributiva en un futuro. Sin embargo, los empleados consideran que se toma en cuenta el crecimiento productivo de la empresa para cumplir las obligaciones fiscales. Se recomendó, realizar el proceso de legalidad del impuesto sobre la renta en la empresa. Igualmente, elaborar un cronograma de actividades para la declaración y pago del Impuesto Sobre la Renta y emplear directrices de planificación tributaria que proteja la capacidad contributiva en un futuro.

La relación de esta investigación con el presente estudio, se basa en la necesidad de implementar la planificación tributaria para cumplir en los plazos previstos con el impuesto sobre la renta, de tal manera que la organización mantenga actualizados sus documentos contables y realice los cierres en las fechas legales para declarar al fisco nacional su renta o utilidades adquiridas.

Beatrice (2007) presentó en la Universidad Dr. Rafael Belloso Chacín (URBE) de Maracaibo, la investigación: “**Evaluación de la Planificación Tributaria de la Empresa Víveres de Candido C.A. como Contribuyente Especial**”. La investigación tuvo como propósito evaluar la planificación tributaria de la empresa Víveres De Candido C.A como contribuyente especial. La misma fue considerada de carácter evaluativo, descriptiva y de campo, con una población de once (11) trabajadores: un (1) Jefe de Dpto. de Contabilidad Fiscal; cuatro (4) Analista Fiscal I y seis (06) Analista Fiscal II,

que tenían a su cargo la planificación tributaria en la mencionado empresa.

La técnica utilizada fue la observación mediante encuesta; a través de un instrumento el cual fue validado por el comité académico de la Universidad, las estadísticas utilizadas fueron de carácter descriptivo, los resultados obtenidos se organizaron mediante tablas que muestran las alternativas de respuestas para cada ítem y frecuencia absoluta. Los resultados mostraron que la determinación, declaración y pago del ISLR, IVA e Impuesto Municipales, son un poco deficiente, dado que la empresa tenía dificultades en el proceso de la planificación por falta de comunicación del personal, igualmente, aplicaban sus etapas de la planificación tributarias en los impuestos ya mencionados.

Se debe acotar que esta investigación es tomada en cuenta por su excelente aporte al presente estudio, por cuanto en la misma se resalta que la comunicación organizacional es el pilar fundamental para hacer planes efectivos que sirvan de guía al cumplimiento de los deberes fiscales de cada empresa para evitar sanciones y despilfarro de recursos que pueden ser útiles en actividades rentables dentro de la misma.

Ramos (2003) presentó en la Universidad Centro Occidental Lisandro Alvarado, la investigación titulada: **“Planificación Tributaria en Materia de Impuesto Sobre la Renta y Activos Empresariales. Caso: Empresa Manufacturera. Barquisimeto, Estado Lara”**. La autora se abocó a investigar acerca del proceso de planificación tributaria en una empresa manufacturera, cumpliendo con el objetivo general de evaluar el proceso de planificación tributaria en materia de impuesto sobre la renta y activos empresariales; así como a evaluar si emplearon un plan de acción dirigido hacia el cumplimiento de objetivos específicos: analizar el ambiente tributario empresarial respecto al impuesto sobre la renta y activos empresariales; establecer las características idóneas relativas al proceso de planificación; analizar la incidencia de los eventos del negocio sobre la determinación de la base imponible; determinar el riesgo en el proceso de la planificación

tributaria y por último establecer si existe o no el proceso de planificación tributaria previo a la ocurrencia del hecho imponible.

La metodología utilizada por la investigadora fue de campo-descriptiva, recabando la información a través de la aplicación de un cuestionario estructurado con 26 preguntas en forma cerrada, validado por tres (3) expertos en materia tributaria. El cuestionario fue aplicado al personal involucrado en el área tributaria, conformado por una muestra censal de 5 personas. Al evaluar el proceso de planificación tributaria, el mismo no cumple con los elementos necesarios para una adecuada planificación, por ende, se determinó que el objetivo específico relacionado a: establecer si existe o no el proceso de planificación tributaria previo a la ocurrencia del hecho imponible en materia de impuesto sobre la renta y activos empresariales, es necesario para la organización en cuestión.

La relación de esta investigación con el presente estudio, se basa en la necesidad de contar con personal calificado para cumplir con la planificación tributaria, de tal manera que la gerencia reconozca sus deberes con el fisco nacional y se eviten sanciones o demoras en la adquisición de algún documento como lo son las solvencias legales.

Gómez (2001) presentó ante la Universidad de los Andes, Núcleo Universitario Rafael Rangel, su trabajo para optar al título de Licenciado en Contaduría Pública titulado: **“Proceso de Planificación Tributaria de las PYMES, ubicadas en el Municipio Valera del Estado Trujillo”**, concluyendo que la acción de planificar los impuestos es conveniente por su efecto económico, específicamente porque busca rebajar la carga tributaria, para buscar una adecuada eficiencia productiva; en efecto, la información contable debe buscar la máxima eficiencia en la gestión del gasto impositivo y el control contable debe proporcionar seguridad en la información; igualmente, el comportamiento del gasto impositivo se debe controlar a través del control interno, que a su vez debe prevenir anormalidades en la administración fiscal.

Esta referencia se considera pertinente para la presente investigación

por aportar algunas características del proceso de planificación tributaria en empresas diversas que están sometidas a la normativa impositiva nacional que plantea bases imponibles, alícuotas y fechas especiales para su declaración y pago.

Bases teóricas

En esta sección se especifican los basamentos teóricos sobre movimiento cooperativo y empresas de economía social, desde la perspectiva de distintos autores que han dado a conocer sus ideas por medios electrónicos y libros.

El Tributo

No cabe duda que los Tributos forman parte de la economía del país, ya que los mismos son prestaciones de dinero que el Estado exige en virtud de una ley, con el propósito de cubrir los gastos públicos o los gastos que realiza el Gobierno a través de inversiones públicas, por lo que aumento en el mismo producirá un incremento en el nivel de renta nacional y en caso de una reducción tendrá un efecto contrario. Permitiendo la participación de los impuestos, tasas y contribuciones especiales, que no son más que la esencia de la clasificación de los tributos, así como los caracteres, la unidad tributaria, la presión y la evasión fiscal. El objetivo de este trabajo es conocer acerca de los impuestos, los sistemas tributarios y la evasión fiscal.

Según Villegas (2007:15), los tributos son "las prestaciones en dinero que el Estado exige en ejercicio de su poder de imperio en virtud de una ley y para cubrir los gastos que le demanda el cumplimiento de sus fines". A modo de explicación se describe:

a) Prestaciones en dinero: es una característica de la economía monetaria que las prestaciones sean en dinero, aunque no es forzoso que

así suceda. En opinión de Villegas (2007:17), es suficiente que la prestación se "pecuniariamente valuable" para que se constituya un tributo, siempre que concurren los otros elementos caracterizantes y siempre que la legislación de cada país no disponga de lo contrario.

b) Exigidas en ejercicio del poder del imperio: el elemento esencial del tributo es la coacción, el cual se manifiesta esencialmente en la prescindencia de la voluntad del obligado en cuanto a la creación del tributo que le sea exigible. Para Villegas (2007:17), la bilateralidad de los negocios jurídicos es sustituida por la unilateralidad en cuanto a su obligación.

c) En virtud de una Ley: no hay tributo sin ley previa que lo establezca. Como todas las leyes que establecen obligaciones, la norma tributaria es una regla hipotética cuyo mandato se concreta cuando ocurre la circunstancia fáctica condicionante prevista en ella como presupuesto de la obligación. Tal condición fáctica e hipotética se denomina "hecho imponible", es decir, toda persona debe pagar al Estado la prestación tributaria graduada según los elementos cuantitativos que la ley tributaria disponga y exige.

d) Para cubrir los gastos que demanda el cumplimiento de sus bienes: el objetivo del tributo es fiscal, es decir, que su cobro tiene su razón de ser en la necesidad de obtener ingresos para cubrir los gastos que le demanda la satisfacción de las necesidades públicas. Además el tributo puede perseguir también fines extra fiscales, o sea, ajenos a la obtención de ingresos.

El estado moderno se ha venido perfeccionando de tal manera que lo ha hecho a asumir nuevas y más relevantes responsabilidades con el objeto de cumplir cabalmente los fines que le son propios; especialmente, el satisfacer íntegramente el mejoramiento creciente de los pueblos a quienes representan y de donde nacen en virtud de lo anterior; el estado actual, ha tenido la necesidad de incrementar las fuentes de recursos apropiadas para cumplir los fines propuestos; en tal sentido, debe recurrir a una eficiente administración de los mismos. (Villegas, 2007:18).

Ahora bien, a los efectos de la presente investigación resulta de interés

el estudio de los impuestos. El impuesto es el tributo típico por excelencia, según lo señalado por Valdez (2005), pues representa el tributo más importante, ya que es el que mayor cantidad de ingresos aporta a las finanzas de un país, razón por la cual la administración tributaria le confiere mayor importancia. En este sentido Villegas (2007:78) define al impuesto como “el tributo exigido por el Estado a quienes se hallan en las situaciones consideradas por la ley como hechos imponibles, siendo estos hechos imponibles ajenos a toda actividad estatal relativa al obligado”; es decir, que es una obligación monetaria hacia el Estado que tienen aquellos particulares que realicen actividades que se encuentren dentro de los hechos generadores establecido según la ley.

Además González (2007:2) expone el siguiente concepto de impuesto:

Es un tributo o prestación monetaria de carácter definitivo y sin contraprestación, recabada compulsivamente de los particulares por el Estado, de la forma y manera establecida en la ley, para financiar servicios de interés general u obtener finalidades económico-financiera o sociales inmersas dentro de las funciones que le son propias.

De lo que se desprende el hecho de que los impuestos no suponen una contraprestación directa por parte del Estado a los contribuyentes, sino que en suma los ingresos obtenidos por este concepto son empleados para sufragar el gasto público, entendiéndose éste como los recursos necesarios para la satisfacción de las necesidades públicas.

En este orden de ideas, haciendo referencia al impuesto existen variadas clasificaciones de éste, a pesar de ello se decide exponer la que más se ajusta al objeto de este estudio, presentada por Moya (2003) el cual la presenta de la siguiente forma:

a. **Impuestos Directos:** cuando extraen el tributo en forma inmediata del patrimonio, tomados como expresión de capacidad contributiva favorecida en su formación por la contraprestación de los servicios públicos. Es decir, que éstos gravan directamente el enriquecimiento de los

contribuyentes, aplicándose la alícuota sobre el monto del mismo.

Parafraseando, es importante resaltar que, los impuestos directos se clasifican en reales y personales. Los primeros son aquellos aplicados sin tomar en cuenta la capacidad económica del contribuyente o los elementos personales del mismo, su nacionalidad, sexo, domicilio, estado civil; por otra parte los personales son los impuestos en los que la determinación se da con participación directa del contribuyente, es decir, según la capacidad contributiva del mismo.

b. **Impuestos indirectos:** cuando gravan el gasto, consumo o bien la transferencia de riqueza, tomados como índice o presunción de la existencia de la capacidad contributiva, no está directamente relacionada con la prestación de los servicios públicos. Es decir, que los impuestos indirectos son aplicados sobre las transacciones que suponen posesión de riqueza, y que además no suponen, para el contribuyente una contraprestación directa, sino la satisfacción de las necesidades colectivas.

c. **Impuestos proporcionales:** es el impuesto que mantiene una relación constante entre su cuantía y el valor de la riqueza gravada. Presenta una alícuota única. Este tipo de impuestos suponen que a mayor riqueza, mayor será el monto a pagar, pues se le aplica un porcentaje que implica que mientras mayor sea la base imponible, mayor el impuesto a pagar.

d. **Impuestos progresivos:** es aquel en que la relación de cuantía del impuesto con respecto al valor de la riqueza gravada aumenta a medida que aumenta el valor de ésta. Se refieren entonces, a que la tarifa aplicable se incrementa a medida que aumenta la riqueza. Un ejemplo de este es el Impuesto sobre la Renta (ISLR).

La planificación tributaria

El planeamiento en la empresa comprende la determinación sistemática previa de los fines productivos (productos o servicios), y los medios

(métodos) necesarios para obtener esos fines de la manera más económica, es decir, con el máximo de rendimiento. El planeamiento no es un fin, sino una herramienta de trabajo. Con el plan puede medirse la conducta gerencial; el plan debe medir el nacimiento de la empresa, el crecimiento, la conservación y el riesgo de la inversión

Cusgüen (1998) plantea que la planificación tributaria es un instrumento que le permite a las organizaciones disminuir el monto a incurrir por concepto de impuestos sin interferir en el desenvolvimiento cotidiano de sus actividades y sin cometer ningún tipo de infracción. Igualmente busca cambiar métodos de administración artesanales, por métodos más sofisticados que amplíen el panorama financiero.

En tal sentido, es importante destacar que este tipo de planificación le permite a las organizaciones venezolanas adoptar alternativas o estrategias que dentro del marco legal vigente proporcionen una erogación justa de su carga tributaria sin dejar de cumplir con su obligación hacia el Estado y de esta forma poder preservar su patrimonio para continuar con su funcionamiento económico, permaneciendo activa dentro del mercado competitivo; también es utilizada como parámetros para tomar decisiones, por lo que ayuda a reducir la crisis, da mejor uso a los recursos y define las prioridades, a saber:

- La planificación tributaria, es un instrumento que permite a las empresas disminuir el monto a incurrir por concepto de impuestos, sin interferir en el desenvolvimiento cotidiano de la organización y sin cometer ninguna infracción.

- Busca actualizar los métodos administrativos, considerando en impacto de los distintos tributos.

- Por otra parte, optimiza la coordinación de los esfuerzos para el cumplimiento de los objetivos y medidas de control para mantener la eficiencia y la efectividad en el proceso.

Cuando no se consideran los impuestos, en las transacciones

económicas, se están sobre-estimando los ingresos y sub-estimando los egresos, lo que se traduce automáticamente en una sobre estimación de las utilidades. En tal sentido, la necesidad de planificar los tributos surge de las siguientes circunstancias:

Dar un aporte a la sociedad la aplicación de las disposiciones legales en el proceso de determinación, declaración y pago de los tributos implica un compromiso personal más allá del cumplimiento de una norma para el sujeto pasivo, tomando en cuenta que todos los miembros de la sociedad se benefician mediante las instituciones establecidas por el gobierno para tal fin. Así las cosas, Pulido (2005) señala que ya en la edad media la recaudación era el medio público regular, para financiar las necesidades de las ciudades estados, los reinos y los imperios. Por ello, se está en presencia de una práctica remota donde Estados ancestrales han mantenido sus Tutelas a través de las exigencias de aportes de carácter obligatorio de los ciudadanos, con el objetivo de generar bienestar a sus poblaciones.

Poder anticipar la cifra del impuesto a pagar, de acuerdo con Pulido (2005:8), la planificación tributaria tiene como uno de sus objetivos fundamentales calcular la distribución de la carga impositiva durante un periodo (generalmente de un año), en aras de obtener el recurso monetario y cumplir con los montos y plazos previstos para la extinción de la obligación tributaria apegados a las normas jurídicas vigentes.

Desde la perspectiva de Blas (2007:8), la planificación tributaria pretende estudiar la incidencia de la diversidad de tributos presentes en la legislación de cualquier país, en los Gastos y Costos con el propósito de establecer el margen de utilidad, previendo pérdidas económicas en las diferentes operaciones que esta realiza. Igualmente, debe tomar en cuenta para este momento crucial en el cual se decidirá, como es la situación actual de la Nación y sus pronósticos, su posición en el mercado, el régimen laboral, las expectativas de los inversionistas, su capacidad de endeudamiento, los activos en los que se apoya, entre otros datos.

Es importante destacar, según Blas (2007:9), “que así como no es posible que dos empresas sean exactamente iguales tampoco existen dos planes tributarios idénticos, ya que se encuentran condicionados a las actividades afines a su naturaleza del negocio, a la cantidad de trabajadores, a los objetivos de sus inversionistas, entre otros aspectos”.

El sentido de responsabilidad social, este es un aspecto muy importante relacionado directamente con el proceso de transición hacia la era de la complejidad que vive la sociedad venezolana, encuentra su fundamento en la ética al ser considerado como aquel comportamiento que encauza las acciones del hombre hacia el bienestar de la comunidad. Para Corredor (2004:17), el sentido de responsabilidad social ayuda a consolidar procesos gerenciales, tales como la planificación creativa en vez de la rutinaria, la valoración de la reputación en el mismo nivel del capital financiero y los aportes tributarios en vez de la evasión, siendo estos últimos fundamentales para el mejoramiento de la calidad de vida de la población por ser un ingreso público del Estado cumpliendo así con el mandato constitucional.

Proceso de planificación tributaria

En cuanto al proceso de Planificación Tributaria, Blas (2007:12); es importante considerar en el mismo la medición de riesgo tributario, por cuanto éste siempre partirá de la medición del riesgo tributario, el cual se refiere al peligro contingente de daño, ocasionado al sujeto pasivo del tributo, como consecuencia de la presión tributaria, el incumplimiento de sus obligaciones impositivas y las consecuencias de sus propias decisiones económicas. Este riesgo tributario se clasifica de dos formas bien claras, riesgo objetivo y riesgo subjetivo. El primero es el grado contingente de daño patrimonial al sujeto pasivo del tributo, en vista del efecto de las obligaciones tributarias. El segundo es el grado contingente de daño patrimonial al sujeto pasivo del tributo, en vista del efecto tributario de su propia decisión.

Dentro de este aspecto, el ambiente fiscal y tributario, es el conjunto de estructuras, reglas, normas y tributos, a que se somete una sociedad con el fin de sostenerse. En cuanto a los comportamientos de los tributos, para efectos de un proceso de planificación tributaria se debe poner atención al comportamiento de los tributos según su clasificación en impuestos, tasas y contribuciones. (Blas, 2007:25).

Este procedimiento se divide según la procedencia; la relación entre los sujetos, la tarifa y la redistribución de los ingresos, el grado de presión tributaria ejercida sobre el sujeto pasivo y finalmente según la manifestación económica que grava. Según su procedencia, se clasifica en primer lugar en los impuestos propios, como el Impuesto Sobre la Renta, impuesto al consumo de ciertas sustancias (a excepción de gasolina y lubricantes), entre otros, todos los impuestos establecidos mediante leyes tributarias. En segundo se encuentran los impuestos impropios como la devaluación monetaria, inflación, incrementos en el precio de la gasolina y lubricantes, impuestos al consumo de alimentos, tributos ocultos, tributación informal, entre otros.

Con base en la relación entre los sujetos. Corresponde a los impuestos indirectos o indirectos. (Blas, 2007:26).

Según la tarifa y la redistribución de los ingresos. Para este grupo corresponden los impuestos fijos, proporcionales, progresivos y regresivos.

Según el grado de presión tributaria que ejerce sobre el sujeto pasivo. Esta clasificación viene dada por la relación que existe entre el grado de neutralidad de los impuestos, la cual es originada por el nivel de presión que ejerce el tributo sobre el sujeto pasivo.

Ahora bien, Parra (2006:1379) explica el proceso tributario en sentido amplio de la siguiente manera:

1. Declaraciones mensuales, bimestrales y pago: en la planificación tributaria debe considerarse el período gravable para cada impuesto.

2. Obligaciones periódicas en el ejercicio: para la planificación

tributaria deben considerarse las declaraciones mensuales de retención en la fuente y timbre; las declaraciones bimestrales; el pago de los impuestos correspondientes dentro de los plazos legales.

3. Independencia de las declaraciones: cada declaración es independiente, de modo que si hay un error en un período, no puede compensarse con el siguiente período. Lo procedente es corregir la declaración a la cual corresponda y pagar tanto los impuestos como las sanciones respectivas. Esto obliga a llevar la contabilidad al día. Las declaraciones se presentan en los bancos, pero únicamente entregando el formulario oficial de una página. No se aceptan anexos ni explicaciones.

4. Anexos, pruebas e informaciones: por separado deben elaborarse las pruebas e informaciones ordinarias y las relaciones de pagos a terceros, ingresos, entre otros. Es necesario para todas las empresas elaborar todos los anexos y mantener todas las certificaciones y pruebas que requiere la legislación sustantiva de impuestos. No se envían ni al banco ni a la administración de impuestos, sino que se guardan en los archivos del contribuyente, a disposición de la administración por 5 años. Los mismos, pueden ser exigidos en cualquier momento, para que se presenten a las oficinas de investigación o en las inspecciones tributarias. En caso de no conservarse, se producirán los rechazos y sanciones correspondientes.

5. Elaboración y envío de informaciones a la Administración de Impuestos. Esto incluye las relaciones de pagos a terceros, ingresos, retenciones, activos, pasivos, socios y accionistas y detalles de las partidas globales de las declaraciones. Estas informaciones, las cuantías correspondientes, fechas y formatos, los fija el Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT) por grupos de contribuyentes, y en forma general.

6. Informaciones de otras entidades: las entidades vigiladas por la Superintendencia para la Promoción y Protección de la Libre Competencia, CONATEL, las notarías, cámaras de comercio, bolsas de valores,

comisionistas, entre otros, deben enviar las relaciones sobre depósitos, movimientos, actuaciones.

7. Cruces investigativos: requerimientos ordinarios e inspecciones tributarias. La administración, con base en las informaciones anteriores, realiza cruces e investigaciones y opcionalmente puede enviar requerimientos ordinarios y hacer inspecciones tributarias.

8. Corrección del contribuyente: las correcciones a las declaraciones tributarias pueden ser voluntarias o provocadas. Las voluntarias son correcciones que aumentan el impuesto o disminuyen el saldo a favor, a la vez son correcciones que disminuyen el valor a pagar o el saldo a favor. Al respecto, según López (2010), el reparo fiscal es un acto administrativo (nacional, municipal, teóricamente estatal) por cuyo intermedio de la Administración Tributaria (nacional, municipal o en su caso estatal) le formula a la empresa una reclamación formal, de naturaleza jurídica, de contenido eminentemente tributario, respecto de un determinado impuesto, tasa, contribución.

La Administración Tributaria, considera que por razones legales, la “Declaración Fiscal” presentada por la empresa que no se compadece, ni guarda relación, con la verdadera capacidad contributiva del contribuyente (la empresa), razón por la cual ésta ha pagado (aun de buena fe) una cantidad de dinero por dicho concepto inferior a su capacidad contributiva durante un determinado ejercicio, en razón del ejercicio de sus actividades económicas (comerciales y/o industriales y/o de otra especie o naturaleza).

Las franquicias

Las empresas de telecomunicaciones han crecido positivamente en el país, entre ellas Digitel, Movistar, Movilnet, convirtiéndose de esta manera en fuentes masivas de empleo para el mercado laboral, sobre todo en la población más joven. Dado que las empresas de telecomunicación están

ubicadas en casi toda la geografía nacional, principalmente en las ciudades de mayor dinamismo comercial, estas operan como si se tratase de una franquicia; de hecho según reporta Telecom (2009:1), “el desarrollo de las telecomunicaciones ha motivado el crecimiento de pequeños, medianos negocios y franquicias, creando empleos y fuentes de desarrollo”; en consecuencia, cada una de las empresas franquiciadas debe seguir directrices del agente franquiciante.

De acuerdo con Meyer (2002:38) las franquicias “son concesiones o licencias, como un acuerdo contractual mediante el cual una compañía matriz (franquiciadora) le concede a una pequeña compañía a un individuo (franquiciador) el derecho de hacer negocios en condiciones específicas”; de allí que cada agente de telefonía celular se guía por las promociones y planes de su compañía matriz franquiciadora.

En la forma más compleja, el formato de licencia de negocio es una relación más amplia y continua que existe entre dos partes, donde a menudo comprende un rango completo de servicios, incluyendo selección de sitio, entrenamiento, suministro de productos, planes de marketing y también financiador. El espectacular crecimiento de los concesionarios representa el rápido incremento de dos tendencias: La prisa de los individuos por llegar a ser sus propios jefes y la necesidad de las compañías de encontrar formas más eficientes y baratas de expandirse.

La franquicia se concede, por lo general, por un período determinado y para un territorio específico, razón por la cual cada agente Movistar, Movilnet o Digitel, tiene un área delimitada y opera con sus registros de forma independiente a negocios similares en otros sectores del municipio o estado.

Según Meyer (2002) el negocio de las franquicias proporciona ventajas al franquiciador en cuanto a la publicidad, imagen de marca y mercado cautivo, además el franquiciado reduce el riesgo y la incertidumbre, puesto que se trata de un proyecto de éxito probado con locales y decoración interior bien concebidos.

Fines y objetivos de las empresas telefónicas en Venezuela

La empresa no es un concepto jurídico sino extraído de la realidad económica y corresponde, según Rojas y Aylwin (2005:9) a “una organización para la producción de bienes o prestación de servicios, en la cual se distinguen diversos factores”, es decir, en la empresa intervienen varios factores, entre ellos, el personal (talento humano), las finanzas, materiales, insumos, tecnología, comunicaciones, entre otros que dependen del tipo, tamaño y sector al que corresponde esa empresa.

En la nueva Ley Orgánica del Trabajo (2012), empresa es sinónimo de entidad de trabajo, quedó definida en el Artículo 45, como:

- a)...unidad de producción de bienes o servicios constituida para realizar una actividad económica de cualquier naturaleza o importancia.
- b) El establecimiento o la reunión de medios materiales y de trabajadores y trabajadoras permanentes que laboran en un mismo lugar, en una misma tarea, de cualquier naturaleza o importancia, y que tienen una dirección técnica común.
- c) Toda combinación de factores de la producción sin personalidad jurídica propia, ni organización permanente que busca satisfacer necesidades y cuyas operaciones se refieren a un mismo centro de actividad económica.
- d) Toda actividad que envuelva la prestación del trabajo en cualquiera condiciones.
- e) Los órganos y entes del Estado prestadores de servicio

En cuanto a las empresas telefónicas, puede decirse que son las unidades productoras de bienes o servicios relacionados con las comunicaciones vía telefónica, es decir comunicaciones a través del teléfono o aparato que permite transmitir sonidos a distancia mediante señales eléctricas. Este aparato, fue inventado en 1871 por Antonio Meucci, aunque el primero en patentarlo fue Alexander Graham Bell, en 1876. Actualmente las empresas telefónicas operan con teléfonos fijos y teléfonos celulares. Se conoce como teléfono fijo al dispositivo no portátil enlazado con otro teléfono

o con una central a través de conductores metálicos. En cambio, un teléfono celular o móvil es un equipo inalámbrico electrónico que accede a una red telefónica gracias a ondas de radio; a tales efectos la operatividad de este tipo de aparatos se enmarca en las telecomunicaciones.

De acuerdo con el Artículo 4 de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones (2000), se entiende por telecomunicaciones:

Toda transmisión, emisión o recepción de signos, señales, escritos, imágenes, sonidos o informaciones de cualquier naturaleza, por hilo, radioelectricidad, medios ópticos, u otros medios electromagnéticos afines, inventados o por inventarse. Los reglamentos que desarrollen esta Ley podrán reconocer de manera específica otros medios o modalidades que pudieran surgir en el ámbito de las telecomunicaciones y que se encuadren en los parámetros de esta Ley.

Es significativo destacar, las telecomunicaciones en Venezuela han pasado por diversas etapas, en función de la importancia que han tomado en los últimos años, no sólo por el avance de la tecnología, sino también por los usos atribuidos en sus diversos ámbitos de acción donde operan. Por lo cual, las empresas de este sector, se encuentran en la búsqueda del mejoramiento continuo para mantenerse en el mercado y como apoyo, las políticas del Estado Venezolano incluyen a las telecomunicaciones en su estrategia de inclusión social, asumiendo a inicios del 2007 la nacionalización de la Compañía Anónima Nacional Teléfonos de Venezuela (CANTV), empresa orientada a la democratización del acceso a los medios de comunicación.

En el sector telecomunicaciones, a nivel nacional, la telefonía fija ha generado beneficios con el fomento de intercambio de información sin importar las distancias entre personas, así como también ha potenciado esfuerzos para el logro de metas individuales y grupales en cuanto a oportunidades de empleo, salud, acceso a la información y a la participación social, incorporando se esta manera lo expresado por Barksdale (1999: 122) “la nueva tecnología puede ayudar a construir equipos, mejorar la calidad de

las relaciones humanas y crear un mayor sentido comunitario”.

Cabe considerar según Serrano (2000), la trascendencia del sector telecomunicaciones en el rubro de telefonía móvil a lo largo de los últimos años, sobretodo en el 2005 y 2006 cuando el servicio tuvo un incremento significativo en su mercado con la incorporación de más de cuatro millones y medio de líneas, registrando para el III trimestre del 2007 un total de 21.992.195 de usuarios.

Serrano (2000) manifiesta que la telefonía móvil ha llegado a constituirse en uno de los sectores de mayor envergadura, dada su contribución en forma directa al crecimiento de las naciones, así como, al mejoramiento de la calidad de vida de la población. Este último aspecto según la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT, 2002), surgió como producto de la inclusión de las telecomunicaciones en todas las áreas de la vida humana que, abarcan desde la provisión de servicios públicos y de enseñanza, hasta aspectos relacionados con la expresión cultural de los países junto al mejoramiento integral de procesos de gestión empresarial.

La disposición del estado venezolano a la apertura de los servicios a mercados nacionales e internacionales indudablemente conllevó la aparición de nuevos competidores, que según Serrano (2000) promovieron el desarrollo de una mayor y mejor tecnología que permitió aumentar el acceso de los servicios de una forma más fácil, menos costosa, al contar con una gran diversidad de proveedores del mismo, sometidos a un proceso de concesión pública de tipo licitatoria.

En referencia a la herramienta comunicacional mundial el Internet, desde hace varios años se ha convertido en una alternativa donde personas y empresas de todo el mundo pueden acceder a una gran variedad de información, recursos, comunicarse y conducir sus negocios. Con mayor frecuencia las personas utilizan herramientas como el correo electrónico y las páginas Web para los procesos de mercadeo, compra y venta de productos.

Cabe resaltar que, la UIT (2002), establece como fines de las empresas

telefónicas, los siguientes:

1. Garantizar a todos la oportunidad de acceso a los servicios básicos de telecomunicaciones. Dentro de este contexto, las empresas telefónicas como CANTV, Movistar, Movilnet, Digitel, posee un número significativo de agentes autorizados en el territorio nacional para la venta de teléfonos (fijos y móviles), líneas telefónicas y conexión a Internet.

De hecho, según Chávez (2012), en el año 2011 se puso en servicio un sistema nacional de telecomunicaciones que parte de Venezuela hacia el Caribe, el cable submarino Venezuela-Cuba, con ramificaciones a Jamaica y otros países del Caribe con oportunidad de darle funcionamiento al cable sub-marino, con apoyo tecnológico de China. También en el pasado año 2011 se hizo un proyecto de conectividad con Brasil a través de fibra óptica: Santa Elena de Uairen, Boavista, Manaos.

2. Contribuir al progreso del país mediante la definición de políticas generales para el desarrollo del sector. Acevedo (2006), señala que la implementación de políticas contribuye con el desarrollo del sector tecnológico. Es decir, que para el cumplimiento de esta premisa, las operadoras telefónicas deberán incorporar sus políticas organizacionales con los lineamientos generales que ayuden al desarrollo del sector telecomunicaciones, valiéndose para ello de las nuevas tecnologías.

3. Promover el desarrollo tecnológico, a fin de facilitar el acceso al mercado de nuevos servicios. Dentro de esta premisa, toma importancia lo expresado por Acevedo (2006:86), quien refiere: “la telecomunicación implica cambio y cada cambio implica un paso adelante hacia la mejora en la calidad de vida, las formas de vivir y nuevas maneras de satisfacer las necesidades humanas”; por tanto el desarrollo de las telecomunicaciones debe hacerse en función de la calidad de vida de los venezolanos(as).

Según Chávez (2012), se activaron 774,9 kg de fibra óptica en el año 2011 para consolidar las telecomunicaciones en el sur y occidente del país. Se llegó con fibra óptica hasta San Fernando de Apure, San Cristóbal, La

Pedreira, Tucupita, completándose 11.480 km en el territorio nacional, fibra óptica de alta velocidad para un sistema de telecomunicaciones que enlaza por radio frecuencia.

En Venezuela se están construyendo las antenas satelitales, distribuyéndolas para que las personas puedan captar el satélite Simón Bolívar, 672 nuevas instalaciones de antenas remotas satelitales se hicieron en el 2011 con fines educativos y de diagnóstico clínico. También, según Chávez (2012), en el 2011 se inició el proyecto de televisión satelital los cuales han sido instalados en comunidades fronterizas y refugios. En el estado Carabobo, está la fábrica de pequeños satélites con capacidad para producir dos satélites cada dos años.

4. Regular la prestación de los servicios desde el punto de vista económico financiero, a través de la determinación de las tarifas de los servicios prestados. En este sentido, se conoce que las operadoras telefónicas, especialmente la CANTV, Movilnet, Movistar y Digitel, mantienen planes al alcance de los diferentes grupos sociales, a precios accesibles a la mayoría de personal o empresas.

Entre los nuevos planes de Movilnet, están los denominados Naranja 500 que ofrecen: 500 minutos libres a todos los Movilnet-CANTV a nivel nacional, 500 minutos libres a otros operadores, 500 Mensajes de texto, 8 MB libres para navegar, precio del minuto adicional: Bs: 0,41754. Todo por solo Bs 130,00.

También está el plan naranja 1000 que ofrece: 1000 minutos libres a todos los Movilnet-CANTV a nivel nacional, 1000 minutos libres a otros operadores, 500 Mensajes de texto, 10 MB libres para navegar, precio del minuto adicional: Bs: 0,36843. Todo lo de arriba por solo Bs 240,00.

Entre los planes y tarifas de la empresa Digitel, está el Superpegado 50 que ofrece 50 minutos para llamadas a Digitel, 30 minutos para otras operadoras, 150 mensajes de texto y 10 mb para navegar el Internet. Todo por Bs. 33,00. También está el plan Superpegado 100 que ofrece 100

minutos para llamadas a Digitel, 60 minutos para otras operadoras, 300 mensajes de texto y 10 mb para navegar el Internet. Todo por Bs. 53,00. Otro plan es el Superpegado 200 que ofrece 200 minutos para llamadas a Digitel, 100 minutos para otras operadoras, 300 mensajes de texto y 10 mb para navegar el Internet. Todo por Bs. 92,00.

Ahora bien, entre los objetivos de las empresas de telecomunicaciones, está:

1. La puesta en marcha de la Red Digital de Servicios Integrados (RDSI), capaz de transmitir datos, voz e imagen digital a grandes velocidades a través de todo el mundo y por diferentes medios. En opinión de Dumith (2012), la evolución tecnológica en el sector de las telecomunicaciones ha sido muy violenta a partir de los años ochenta; los avances de la microelectrónica permitieron digitalizar la red telefónica en forma rentable y crear la Red Digital de Servicios Integrados (RDSI) la cual es una red única para todos los servicios de telecomunicaciones. En los servicios de Internet 38,7% de la población venezolana está conectada, la velocidad de conexión en los servicios al público en general es máximo de 2.0048 Kbp.

2. Incremento de la velocidad para transmitir la información. Según Dumith (2012), para el siglo XXI se prevén progresos que acelerarán el cambio, con la aparición de la fotónica como tecnología dominante, que utilizará la velocidad de la luz para transmitir todo tipo de información: voz, datos, gráficos, señales en color, video, y que permitirá reducir cada vez más el tamaño de los equipos y aumentar la velocidad de las computadoras más complejas.

Según Chávez (2012), en Venezuela se diseñó, construyó y lanzó en Septiembre de 2012, el satélite venezolano observador de la tierra VRSS-1, para disponer datos e imágenes satelitales, para distintas actividades y decisiones del gobierno de todos los sectores nacionales, planificación urbana, agrícola, seguridad alimentaria, gestión de recursos naturales, vigilancia de frontera, gestión de desastres naturales, entre otros.

Obligaciones tributarias de las Empresas Telefónicas y sus Agentes Autorizados en Venezuela

Las empresas telefónicas están sujetas a las obligaciones legales especificadas en la Ley Orgánica de Telecomunicaciones (2000), tal como se expresa a continuación:

Artículo 49: el Estado garantiza la prestación del Servicio Universal de Telecomunicaciones. El Servicio Universal de Telecomunicaciones es el conjunto definido de servicios de telecomunicaciones que los operadores están obligados a prestar a los usuarios para brindarles estándares mínimos de penetración, acceso, calidad y asequibilidad económica con independencia de la localización geográfica.

El Servicio Universal tiene como finalidad la satisfacción de propósito de integración nacional, maximización del acceso a la información, desarrollo educativo y de servicio de salud y reducción de las desigualdades de acceso a los servicios de telecomunicaciones por la población.

Queda entendido que está en manos del Estado, garantizar un servicio nacional de telecomunicaciones con acceso a todos los venezolanos y venezolanas para el intercambio de eventos educativos, desarrollo intelectual, información relacionada con el diagnóstico de salud, de tal manera que los servicios de telecomunicaciones contribuyan con la equidad social, reduciendo las desigualdades de género y presentando alternativas para el bienestar de todos los grupos etarios.

Artículo 5: la Comisión Nacional de Telecomunicaciones, en coordinación con el Ministerio de Infraestructura, establecerá como prioridad a los efectos de alcanzar progresivamente las obligaciones del Servicio Universal las siguientes prestaciones:

1. Que todas las personas puedan recibir conexión a la red telefónica pública fija y acceder a la prestación del servicio telefónico fijo disponible para el público. La conexión debe ofrecer al usuario la posibilidad de emitir y recibir llamadas nacionales e internacionales y permitir la transmisión de voz, texto y datos.
2. Que los abonados al servicio telefónico dispongan,

gratuitamente, de una guía telefónica, actualizada e impresa y unificada para cada ámbito territorial. Todos los abonados tendrán derecho a figurar en las guías y a un servicio de información nacional sobre su contenido, sin perjuicio, en todo caso, del respeto a las normas que regulen la protección de los datos personales y el derecho a la intimidad.

3. Que exista una oferta suficiente de teléfonos públicos de pago en el dominio público, en todo el espacio geográfico venezolano.

4. Que todas las personas tengan acceso a la red mundial de información Internet.

5. Que los usuarios discapacitados o con necesidades sociales especiales tengan acceso al servicio telefónico fijo disponible al público, en condiciones equiparables a las que se ofrecen al resto de usuarios.

Según la Ley y artículo *in comento*, todas las personas tienen derecho a acceder y gozar del servicio telefónico fijo, con posibilidad de emitir y recibir llamadas nacionales e internacionales, transmisión de voz, textos y datos. Igualmente, todos los abonados del servicio telefónico, deberán disponer de guías telefónicas gratuitas, de la oferta de teléfonos públicos y de la red mundial Internet. Llama la atención que las personas con discapacidad también son nombradas en el artículo *in comento*, para que se les haga valer el derecho al servicio telefónico fijo, disponible al público.

Artículo 51: la Comisión Nacional de Telecomunicaciones debe periódicamente cuantificar, planificar, revisar y ampliar las obligaciones de Servicio Universal en función de la satisfacción de las necesidades de telecomunicaciones y el desarrollo del mercado, y a tal efecto realizará las consultas públicas establecidas en la ley, y solicitará la participación de la Superintendencia para la Promoción y Protección de la Libre Competencia a fin de evitar distorsiones en el mercado de las telecomunicaciones. En todo caso, la Comisión Nacional de Telecomunicaciones no podrá desmejorar los derechos de los usuarios garantizados por las obligaciones que constituyen el Servicio Universal.

La libre competencia entre empresas de telecomunicaciones es un deber entre los operadores y telefónicas existentes en el mercado venezolano, siendo necesario las consultas públicas a fin de evitar distorsiones en el

mercado y garantizar los derechos de los usuarios y usuarias.

Con base en lo expresado, las obligaciones legales de las Empresas Telefónicas en Venezuela, poseen obligaciones fiscales con respecto a:

1. Fisco Nacional: es la Administración Tributaria nacional con el nombre de SENIAT, cuyas facultades están contenidas en los artículos 121 a 126 del Código Orgánico Tributario (2001), donde se regulan una pluralidad de materias directamente relacionadas con los temas tributarios. Entre ellas, tal como se establece en el artículo 121 se encuentran:

- Ejecutar procedimientos de verificación, de fiscalización y determinación, para constatar el cumplimiento de las leyes y demás disposiciones de carácter tributario por parte de los sujetos pasivos del tributo.

- Diseñar, desarrollar y ejecutar todo lo relativo al Resguardo Nacional Tributario en la investigación y persecución de las acciones u omisiones de las normas tributarias, en la actividad para establecer las identidades de sus autores y partícipes y en la comprobación y existencia de los ilícitos sancionados por el Código Orgánico Tributario (2001) dentro del ámbito de su competencia.

En este orden de ideas, el artículo 147 de la LOT, refiere “quienes con fines de lucro presten servicios de radiodifusión sonora o de televisión abierta, pagarán al Fisco Nacional un impuesto del uno por ciento (1%) de sus ingresos brutos, derivados de la explotación de tales servicios...”. Por tanto, la declaración y pago de este impuesto, deberá considerarse en la planificación tributaria de la empresa.

2. Conatel: se trata de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones, en coordinación con el Ministerio del Poder Popular de Infraestructura, a quien las empresas de Telecomunicaciones deberá otorgarle una contribución especial del medio por ciento (0,50%) de los ingresos brutos, derivados de la explotación de esa actividad. (Artículo 148 LOT).

3. Fondo de Investigación y Desarrollo de las telecomunicaciones:

este fondo recibirá el medio por ciento (0,50%) de los ingresos brutos de las empresas de telecomunicaciones, liquidado y pagado trimestralmente, dentro de los primeros quince días continuos siguientes a cada trimestre del año calendario y se calculará sobre la base de los ingresos brutos correspondientes al trimestre anterior.

4. Impuestos Municipales: según el artículo 172 de la Ley Orgánica del Poder Público Municipal (LOPPM, 2009), es competencia de los municipios la fiscalización, gestión y recaudación de sus tributos propios, sin perjuicio de las delegaciones que puedan otorgar a favor de otras entidades locales, de los estados o de la República. Estas facultades no podrán ser delegadas a particulares y deben aplicarse con los siguientes impuestos:

- Actividades económicas: el hecho imponible del impuesto sobre actividades económicas es el ejercicio habitual, en la jurisdicción del Municipio, de cualquier actividad lucrativa de carácter independiente, aún cuando dicha actividad se realice sin la previa obtención de licencia, sin menoscabo de las sanciones que por esa razón sean aplicables. (Artículo 204, LOPPM, 2009).

- El período impositivo de este impuesto coincidirá con el año civil y los ingresos gravables serán los percibidos en ese año, sin perjuicio de que puedan ser establecidos mecanismos de declaración anticipada sobre la base de los ingresos brutos percibidos en el año anterior al gravado y sin perjuicio de que pueda ser exigido un mínimo tributable consistente en un impuesto fijo, en los casos en que así lo señalen las ordenanzas. El comercio eventual o ambulante también estará sujeto al impuesto sobre actividades económicas. (Artículo 205, LOPPM, 2009).

- Este impuesto es distinto a los tributos que corresponden al Poder Nacional o Estatal sobre la producción o el consumo específico de un bien, o al ejercicio de una actividad en particular y se causará con independencia de éstos. En estos casos, al establecer las alícuotas de su impuesto sobre actividades económicas, los municipios deberán ponderar la incidencia del

tributo nacional o estatal en la actividad económica de que se trate. Este impuesto se causa con independencia de los tributos previstos en la legislación general o la dictada por la Asamblea Nacional.

- Para que una actividad pueda ser considerada sin fines de lucro, el beneficio económico obtenido de la actividad deberá ser reinvertido en el objeto de asistencia social u otro similar en que consista la actividad y en el caso de tratarse de una persona jurídica, que ese beneficio no sea repartido entre asociados o socios. (Artículo 206, LOPPM, 2009).

- El impuesto sobre actividades económicas se causará con independencia de que el territorio o espacio en el cual se desarrolle la actividad económica sea del dominio público o del dominio privado de otra entidad territorial o se encuentre cubierto por aguas. (Artículo 207, LOPPM).

- Publicidad y propaganda comercial: este impuesto grava todo aviso, anuncio o imagen que con fines publicitarios sea exhibido, proyectado o instalado en bienes del dominio público municipal o en inmuebles de propiedad privada siempre que sean visibles por el público, o que sea repartido de manera impresa en la vía pública o se traslade mediante vehículo, dentro de la respectiva jurisdicción municipal. (Artículo 203 LOPPM, 2009).

- A los efectos de este tributo, se entiende por propaganda comercial o publicidad todo aviso, anuncio o imagen dirigido a llamar la atención del público hacia un producto, persona o actividad específica, con fines comerciales. (Artículo 202, LOPPM, 2009).

- El contribuyente de este tributo es el anunciante. Se entiende por anunciante la persona cuyo producto o actividad se beneficia con la publicidad. Podrán ser nombrados responsables de este tributo, en carácter de agentes de percepción, las empresas que se encarguen de prestar el servicio de publicidad, los editores o cualquier otro que, en razón de su actividad, participe o haga efectiva la publicidad. (Artículo 203, LOPPM, 2009).

- Inmuebles urbanos (Derecho de frente). Este impuesto se aplicará a los inmuebles ubicados dentro de la jurisdicción territorial del Municipio. El hecho Imponible lo constituye el ejercicio del derecho de propiedad sobre bienes inmuebles urbanos ubicados dentro de la jurisdicción de este Municipio. El hecho imponible una vez producido, representa para el contribuyente, el surgimiento de las obligaciones tributarias establecidas en la correspondiente Ordenanza.

-Vehículos (Patente de Vehículos). El hecho imponible del presente impuesto lo constituye el ejercicio de la titularidad de la propiedad de uno o más vehículos. El impuesto se causa el primero de enero de cada año. Cuando la inscripción de un vehículo se produzca después de iniciado el año civil, el impuesto se causará en la oportunidad de la inscripción. La base imponible la determina la capacidad de desgaste de las vías públicas del Municipio, ocasionado por el tránsito y tráfico vehicular, cuantificable en dinero, tomando como base de cálculo el peso y número de ejes del vehículo en los términos establecidos en la Ordenanza sobre Impuesto de Vehículos del Municipio.

-Espectáculos públicos. Las personas que tienen bajo su responsabilidad la presentación de espectáculos públicos que se realicen en la jurisdicción del Municipio, tienen la obligación de pagar sus impuestos, las cuales quedaran sujetas a las disposiciones de la Ordenanza que le corresponde, y al pago de los tributos en ella establecidos.

Nivel de la tributación de las Empresas Telefónicas en Venezuela

La Ley Orgánica de Telecomunicaciones (LOT, 2000) prevé diversas categorías de tributos: a) el impuesto a la actividad de telecomunicaciones; b) las tasas por el uso del espectro radioeléctrico y por habilitaciones administrativas y c) las contribuciones especiales, afectadas o no, por un patrimonio separado de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones

(CONATEL).

Al hacer referencia al impuesto a las Telecomunicaciones que deben pagar las operadoras de este servicio, en cualquiera de sus modalidades (radiodifusión sonora, televisión abierta, telefonía móvil o fija). Este impuesto grava el ejercicio con fines de lucro de la actividad de telecomunicaciones y su base imponible son los ingresos brutos generados por la misma. Se trata de un impuesto objetivo o real, toda vez que se dimensiona sobre los rendimientos o beneficios brutos que la explotación produzca.

La alícuota aplicable es de 1% en el caso de la radiodifusión sonora, televisión abierta, y de 2.3% para los demás servicios de telecomunicaciones, con una sobretasa para la telefonía móvil celular de 0,1% para el año 2001, hasta 0.5% para el año 2005. Este impuesto debe autoliquidarse y pagarse en forma trimestral, dentro de los primeros quince días continuos siguientes a cada trimestre del año calendario.

Cabe destacar, no todos los ingresos brutos de la operadora del servicio de telecomunicaciones forman parte de la base imponible de este impuesto, sino que además se requiere, como expresamente lo señala la LOT, que ellos deriven de la explotación de tales servicios. Entonces, quedan excluidos de la base imponible, aquellos ingresos brutos ajenos a la ejecución del servicio de telecomunicaciones, es decir, aquellos que no se relacionan con la "transmisión, emisión o recepción de signos, señales, escritos, imágenes, sonidos o informaciones de cualquier naturaleza, por hilo, radioelectricidad, medios ópticos u otros medios electromagnéticos afines, inventados o por inventarse." (Artículo 4, Ley Orgánica de Telecomunicaciones).

En tal virtud, la propia LOT, expresamente prevé que "no formará parte de los ingresos brutos de las operadoras de telecomunicaciones, los ingresos derivados de dividendos, ventas de activos e ingresos financieros". (Artículo 155, Párrafo único). Luego, la LOT excluye del ámbito de gravabilidad de los tributos en ella previstos, cualquier otro ingreso bruto no derivado de la operación de las telecomunicaciones, entre los que se encuentran las

ganancias de capital de la operadora, como son: venta de activos, dividendos, intereses y otras operaciones financieras. La enumeración contenida en la LOT, de aquellos ingresos que no formarán parte de la base imponible, es meramente enunciativa.

Asimismo, la LOT excluye de los ingresos brutos de las operadoras de telecomunicaciones, las cantidades pagadas por concepto de interconexión. Esto es, las cantidades que recíprocamente se adeudan las prestadoras del servicio como consecuencia esta interconexión realizada a fin de que los usuarios de las distintas operadoras del servicio puedan comunicarse. Como consecuencia de la interconexión, las operadoras del servicio de telecomunicaciones reciben de los usuarios determinadas cantidades.

Las cantidades percibidas por este concepto no podrían calificarse como un ingreso propio del operador, por cuanto éste se encuentra obligado a pagarlas a la operadora por cuya red transitó parte de la comunicación realizada. De allí que, tales cantidades no formen parte de los ingresos brutos generados por las operadoras de telecomunicaciones. En igual sentido, las cantidades pagadas por este concepto por las operadoras del servicio telecomunicaciones no podrían calificarse como un gasto, en la medida en que solo impliquen la restitución de una cantidad percibida por cuenta de otra operadora del servicio de telecomunicaciones.

Igualmente, quedan excluidos de la base imponible de este impuesto, las cantidades pecuniarias recibidas a título de reembolso de gastos efectuados por cuenta de otro, por no constituir ingresos propios, sino el reconocimiento de la erogación realizada a los fines de cumplir una actividad encomendada previamente, también los ingresos brutos provenientes de la venta de producciones artísticas, tales como novelas, radionovelas y documentales, en el caso de la radiodifusión sonora y televisión abierta.

Por otra parte, de conformidad con la regulación legal, basta que los ingresos brutos se causen, por practicarse el corte de cuenta de los usuarios o contratantes del servicio para que éstos se consideren generados y, en

consecuencia, nacida la obligación de efectuar el pago de los tributos que se calculan sobre dichos ingresos brutos. Al respecto, es preciso señalar que la base imponible del impuesto de telecomunicaciones, debe responder a las cantidades efectivamente producidas y percibidas por el contribuyente, lo cual es el resultado de las operaciones de determinación, reconocimiento y sustracción de aquellos montos que representen, entre otras, lo perdido, devuelto o descontado dentro del período impositivo de que se trate.

Entonces, los montos causados por las operadoras al momento de la facturación, si bien constituyen una presunción de que formarán parte del ingreso bruto efectivo, tal presunción es susceptible de destruirse en aquellos supuestos en los cuales el ingreso efectivo no llega a materializarse, caso en el cual procedería el reintegro de las cantidades pagadas indebidamente o el ajuste de la base imponible de períodos posteriores.

Dentro de este marco, se citan los siguientes artículos de la LOT (2000):

Artículo 147: quienes con fines de lucro presten servicios de radiodifusión sonora o de televisión abierta, pagarán al Fisco Nacional un impuesto del uno por ciento (1%) de sus ingresos brutos, derivados de la explotación de tales servicios. Quienes presten cualquier otro servicio de telecomunicaciones con fines de lucro, deberán pagar al Fisco Nacional un impuesto del dos coma tres por ciento (2,3%) de sus ingresos brutos, derivados de la explotación de tales servicios. Este impuesto se liquidará y pagará trimestralmente, dentro de los primeros quince días continuos siguientes a cada trimestre del año calendario y se calculará sobre la base de los ingresos brutos correspondientes al trimestre anterior.

Este artículo da a entender que la empresas de radio difusión con fines de lucro, están pechadas por el Estado con un impuesto del 1% de sus ingresos brutos y otras empresas de telecomunicaciones deberán pagar trimestralmente el 2.3% de sus ingresos brutos.

Artículo 149: quienes exploten o hagan uso del espectro

radioeléctrico, deberán pagar anualmente a la Comisión Nacional de Telecomunicaciones **una tasa** por concepto de administración y control del mismo, que no excederá del medio por ciento (0,5%) de sus ingresos brutos. En el caso de servicios de radiodifusión sonora y de televisión abierta, este porcentaje no excederá de un cero coma dos por ciento (0,2%) de sus ingresos brutos, derivados de la explotación de tales servicios. Esta tasa se liquidará y pagará anualmente, dentro de los primeros cuarenta y cinco días continuos del año calendario.

El Reglamento de esta Ley definirá el modelo para el cálculo de dicha tasa, en función de los siguientes criterios: frecuencias y ancho de banda asignados, extensión del área geográfica cubierta y población existente en la misma, tiempo por el cual se haya otorgado la concesión y modalidad de uso.

La Comisión Nacional de Telecomunicaciones enterará al Fisco Nacional el cincuenta por ciento (50%) del monto resultante por este concepto y el resto formará parte de los ingresos propios de la Comisión.

5. Tasas. Se entiende que quienes explotan formalmente el espectro radioeléctrico, la radiodifusión sonora y la televisión abierta, deberían cancelar sus respectivas tasas a CONATEL.

Artículo 152: quienes presten servicios de telecomunicaciones aportarán al Fondo de Investigación y Desarrollo de las Telecomunicaciones el medio por ciento (0,50%) de sus ingresos brutos. Los prestadores de servicios de radiodifusión sonora o de televisión abierta, quedan exceptuados de esta obligación, sólo por lo que respecta a los ingresos brutos que obtengan por dichas actividades. Este aporte se liquidará y pagará trimestralmente, dentro de los primeros quince días continuos siguientes a cada trimestre del año calendario y se calculará sobre la base de los ingresos brutos correspondientes al trimestre anterior.

Con este artículo se refuerza el poder impositivo de las empresas de telecomunicaciones quienes también están sujetos al Fondo de Investigación y Desarrollo de las Telecomunicaciones con el 0,50% de sus ingresos brutos.

6. Contribuciones especiales.

Artículo 148: quienes presten servicios de telecomunicaciones con fines de lucro, deberán pagar a la Comisión Nacional de Telecomunicaciones una contribución especial del medio por ciento (0,50%) de los ingresos brutos, derivados de la explotación de esa actividad, los cuales formarán parte de los ingresos propios de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones para su funcionamiento. Esta contribución especial se liquidará y pagará trimestralmente, dentro de los primeros quince días continuos siguientes a cada trimestre del año calendario y se calculará sobre la base de los ingresos brutos correspondientes al trimestre anterior.

Queda entendido que las empresas de telecomunicaciones deberán pagar a CONATEL una contribución especial de 0,50% de los ingresos brutos.

Planes tributarios

El proceso de planeación asegura el uso efectivo de los recursos y conlleva al cumplimiento de la visión de la organización. Parra (2006) afirma que la elección de estrategias tributarias por parte del sujeto pasivo se basa en la utilización de opciones u oportunidades brindadas por la ley cuya decisión, involucra, a la vez la renuncia o pérdida de otras.

Por ello, la búsqueda de ahorro fiscal exhibe un costo de oportunidad, entendiendo por este, el costo que se tiene que declinar para conseguir algo que se cree más conveniente, todo ello en aras de disminuir la incertidumbre y crear parámetros tributarios que sean susceptibles de ser medibles por medio de la planificación tributaria, a efectos de constatar los beneficios proyectados con el máximo aprovechamiento de los recursos que posee la Organización.

La planificación tributaria establece un control de las diferentes obligaciones bien sea las generadas por los impuestos, tasas y/o contribuciones dentro de las operaciones de la empresa, permitiendo a su vez evaluar los logros obtenidos en la misma. Parra (2006) afirma que debe

calcularse la operación matemática entre los ingresos y los impuestos totales y entre estos y la utilidad neta, proyectando el crecimiento de la Empresa, el resarcimiento de las deudas a los acreedores además de una remuneración justa para los accionistas.

La planificación tributaria también posee entre sus características principales la pro actividad, entendiendo como esta habilidad según Parra (2006), la consecuencia del esfuerzo consciente y racional de utilizar la libertad frente a cualquier estímulo de manera racional, no instintiva; por ello este tipo de planificación busca prever que consecuencias, van a tener las decisiones que como sujetos pasivos del tributo adopten a lo largo del ejercicio económico a fin de poder anticipar la cifra de tributos a pagar.

En consecuencia se alcanza un control mayor del contexto tributario que afecta a la empresa vale decir, de las normativas ya existentes además de una preparación mas organizada que facilite la adaptación ante las diferentes vicisitudes que podrían presentarse como modificaciones a las leyes, el anuncio de Decretos o Providencias que podrían generar crisis por el riesgo que la mismas implican.

En la planificación tributaria, las estrategias son entendidas como un factor en la creación de un consenso a favor de una opción estratégica por encima de otra. Son guías para la toma de decisiones administrativas. Parra (2006) considera que las estrategias plantean a los Gerentes el reto de lograr la aprobación para la estrategia y la forma en la cual la misma se pondrá en práctica.

Se establecen para situaciones repetitivas o recurrentes en la vida de una estrategia. Desde el punto de vista tributario, las estrategias y recursos necesarios están configurados por la Gerencia Tributaria, con la finalidad de crear acciones iterativas conducentes a cumplir las metas propuestas en el plan diseñado en esta materia vale decir, reducir la carga fiscal a declarar ante la Administración Tributaria considerando la normativa legal vigente, evitar sanciones pecuniarias o inclusive privativas de libertad, entre otras.

La consideración de Incentivos Tributarios, resulta de vital importancia al momento de preparar la planificación tributaria, ya que las exenciones, exoneraciones, escudos fiscales en sí mismos son dispensas totales o parciales de la obligación tributaria (emanados de diferentes poderes) representado en ocasiones ahorros importantes para el contribuyente, quien puede utilizar esa cantidad en la multiplicación de su inversión. El asesor deberá tener en cuenta estas disposiciones atendiendo al tipo de tributo y además procurar estar avocado al estudio de Jurisprudencias, Decretos, Resoluciones y Providencias.

Lo expresado es en aras de vislumbrar circunstancias que generen ahorro para la empresa, que permitan realizar al contribuyente sus actividades normales, generadoras de lucro sin incurrir en hechos gravados. Resulta fundamental dentro de los factores que inciden en las metas de la planificación tributaria conocer el porcentaje representado de los impuestos a cancelar en la utilidad neta, es decir cómo se encuentra la presión tributaria, ya que a pesar de la existencia de los principios tributarios establecidos en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), los impuestos, tasas y contribuciones en suma resultan ser confiscatorios y no cumplen a cabalidad con los mencionados postulados por la falta de armonización que se presenta en el establecimiento de los mismos.

Por ello, el planificador deberá analizar la incidencia de cada exacción y ponderar su participación en el desembolso realizado por la empresa para su cumplimiento, de manera de enfocarse en los tributos que representan mayor presión fiscal. Otro aspecto a considerar es la Relación Gasto Laboral e Ingresos de Trabajadores vs. el Nivel de Dividendos a Accionistas, en esta oportunidad Parra (2006:37) comenta al respecto, “merecen atención especial los recursos humanos, lo que implica la elaboración de un plan tributario laboral para la remuneración de los trabajadores, para beneficio mutuo de la empresa y sus empleados”.

Si bien los empresarios realizan inversiones en negocios con el

propósito de obtener una rentabilidad también deben velar por los beneficios de sus trabajadores, enmarcados siempre en el cumplimiento de las presunciones legales, pero considerando el aprovechamiento de oportunidades que conlleven a un ahorro tributario para la entidad.

En todo caso, en la realización de un plan tributario, debe considerarse:

1. Recursos: el administrador o planificador tributario deberá considerar los recursos materiales, financieros, informativos, legales, necesarios para lograr las metas, objetivos y plan tributario de la organización. El uso de los recursos y la evaluación hacen parte del punto sobre objetivos y resultados.

De acuerdo con Parra (2006:23), “para la operación de la planificación tributaria, la definición de funciones del personal es de suma importancia y ello comprende no sólo la gerencia y los directivos sino todo el personal administrativo y operativo”. Por tanto, en la planeación tributaria es necesaria la asignación de funciones, pues sin este requisito no es viable el logro de los objetivos de la empresa.

En opinión de Parra (2006:25) “la combinación del capital y los recursos humanos conduce a una mejora competitiva que le permite a la empresa actuar en el sector con éxito”. Es así que, el capital requiere estrategias para su consecución y la forma óptima como se invierte. Por otro lado, los recursos humanos requieren una valoración adecuada, de lo cual es ejemplo la escuela japonesa, que da énfasis a este elemento, primordial en su desarrollo y expansión, con la mira en altos niveles de productividad individual y de grupo.

2. Estrategias: a partir de la estrategia se determinan los objetivos del plan tributario con los cursos de acción necesarios para lograr el propósito. Las estrategias deberán considerar el ámbito nacional, municipal y local de la organización. Según Parra (2006), la empresa como actividad organizada debe crear una política empresarial propia que la identifique, le permita cumplir sus objetivos, lo cual logra por medio de la planificación, que enfoca dicha actividad organizada con miras a fijar una política empresarial, base de

una buena planeación.

La planificación va ligada con la estrategia a seguir y permite que el desarrollo de la empresa sea coherente y permita definir con claridad sus objetivos, no sólo desde el punto de vista de su objeto social, definido en los estatutos, sino según la orientación de sus propietarios y directores. Todo ello lleva a la formulación de una política empresarial, que debe ser única para cada empresa, pero dentro del entorno institucional.

De acuerdo con Parra (2006:12), la estrategia consiste en la asignación de los recursos adecuados para alcanzar los objetivos, lo cual se logra por los medios y los recursos para adelantar el plan de acción, campo en el cual se cuentan los programas. La estrategia consiste en configurar métodos destinados a lograr los objetivos de la organización a largo plazo, dentro de una política empresarial.

Bases legales

En Venezuela la legislación vigente contempla varios instrumentos de regulación y control de los aspectos tributarios, a nivel nacional, regional y municipal, que buscan la prevención de su incumplimiento, así como el marco sancionatorio de las mismas, no obstante los principales, y más importantes según el enfoque de la presente investigación, son la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999) y el Código Orgánico Tributario (2001).

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999)

Actualmente la Constitución Bolivariana de Venezuela a través de sus artículos 133 y 317 expresan que todos deben pagar impuestos para coadyuvar a los gastos públicos, ajustando la distribución de la carga según la capacidad económica del contribuyente atendiendo al principio de

progresividad --el que más tiene más paga. También expresa que el sistema tributario procurará la protección de la economía y la elevación del nivel de vida de la población, articulando adicionalmente, que no existirá tributo, exenciones, rebajas u otro medio de incentivos fiscales que no esté establecido en la ley. Además el artículo 316 de la Carta Magna se refiere al sistema tributario de la siguiente manera:

El sistema tributario procurará la justa distribución de las cargas públicas según la capacidad económica de o la contribuyente, atendiendo al principio de progresividad, así como la protección de la economía nacional y la elevación del nivel de vida de la población; para ello se sustentará en un sistema eficiente para la recaudación de tributos (p.165).

Esto quiere decir que el impuesto sea cual fuere no puede constituirse en confiscatorio para el contribuyente pues debe atender como queda establecido en el artículo mencionado al principio de progresividad, tomando en cuenta el nivel de riqueza que cada cual tenga.

Código Orgánico Tributario (2001)

En relación con el Código Orgánico Tributario, en su Artículo 13 establece que:

La obligación tributaria surge entre el Estado, en las distintas expresiones del Poder Público, y los sujetos pasivos, en cuanto ocurra el presupuesto de hecho previsto en la Ley. La obligación tributaria constituye un vínculo de carácter personal, aunque su cumplimiento se asegure mediante garantía real o con privilegios especiales (p.16).

Con relación a la autonomía financiera, debe indicarse que al Municipio le han sido asignados, constitucional y legalmente, un conjunto de ingresos ordinarios o extraordinarios (Art. 179 de la Constitución y Art. 111, 112 y 113, 74, 95 Y 120, de la Ley Orgánica de Régimen Municipal), donde se especifican los ingresos ordinarios y extraordinarios a que tienen derecho los

Municipios y en cuales no puede dictar normas para su creación y los criterios de recaudación, fiscalización y Contraloría Municipal.

El artículo 145 del Código Orgánico Tributario, señala el deber formal relativo a la contabilidad, en efecto, la norma dispone:

- Exhibir y conservar en forma ordenada, mientras el Tributo no esté prescrito, los libros de comercio, los libros y registros especiales, los documentos y los antecedentes de las operaciones o situaciones que constituyan hechos imponibles.

En vinculación directa con el punto de la contabilidad, el Código Orgánico Tributario, faculta a la Administración Tributaria para exigir a los contribuyentes y responsables la exhibición de sus libros, documentos y correspondencia comercial, así como su comparecencia ante la autoridad administrativa para proporcionar informaciones pertinentes.

Así el Artículo 127 señala que la Administración Tributaria dispondrá de amplias facultades de fiscalización y determinación para comprobar y exigir el cumplimiento de las obligaciones tributarias, pudiendo especialmente de conformidad con dicho artículo:

Exigir a los contribuyentes, responsables y terceros la exhibición de su contabilidad y demás documentos relacionados con su actividad, así como que proporcionen los datos o informaciones que se le requieran con carácter individual o general.

Por su parte, dispone el Artículo 181, que durante el desarrollo de las actividades fiscalizadoras los funcionarios autorizados podrán, a los fines de asegurar la contabilidad, correspondencia o bienes que no estén registrados en la contabilidad, sellar, precintar o colocar marcas en dichos documentos, bienes, archivos u oficinas donde se encuentren, así como dejarlos en calidad de depósito, previo inventario levantado al efecto.

En este orden de ideas, el Artículo 102 del Código Orgánico Tributario consagra cuales son los ilícitos formales relacionados con la obligación de llevar libros y registro especiales y contables y a tal efecto dispone:

1) No llevar los libros y registros contables y especiales exigidos por las normas respectivas.

2) Llevar los libros y registros contables y especiales sin cumplir con las formalidades y condiciones establecidas por las normas correspondientes, o llevarlos con atraso superior a un mes.

3) No llevar en castellano o en moneda nacional los libros de contabilidad y otros registros contables, excepto para los contribuyentes autorizados por la Administración Tributaria a llevar contabilidad en moneda extranjera.

4) No conservar durante el plazo establecido por las leyes y reglamentos, los libros, registros, copias de comprobantes de pago u otros documentos; así como los sistemas o programas computarizados de contabilidad, los soportes magnéticos o los microarchivos.

Por otra parte, aquellos contribuyentes que incumplan con el deber formal de exhibir y conservar en forma ordenada, mientras el Tributo no esté prescrito, los libros de comercio, los libros y registros especiales, los documentos y los antecedentes de las operaciones o situaciones que constituyan hechos imponible, regulado en el artículo 145, ordinal 3 del Código Orgánico Tributario (2001), incurren en los supuestos de los ilícitos relativos a la obligación de permitir el control de la Administración Tributaria, regulado en el artículo 104, ordinal 1ro del Código Orgánico Tributario, concretamente quien no exhiba los libros, registros u otros documentos que ésta solicite.

Los Deberes Tributarios: todas las obligaciones tributarias se fundamentan en la máxima constitucional conforme a la cual “toda persona tiene el deber de coadyuvar a los gastos públicos mediante el pago de impuestos, tasas y contribuciones que establezca la Ley” (Art 133 CRBV) y es obligación de la administración tributaria velar por el cumplimiento de estos deberes, a los fines de lograr una eficiente recaudación de los tributos, destinados al cumplimiento de los fines del Estado (seguridad, salud, educación, entre otros).

En materia tributaria rige el principio de la legalidad, entendiéndose que la actuación de la administración tributaria debe estar sujeta a las normas jurídicas, de forma que es necesario entender al principio la legalidad como la conformidad a la regla de derecho y poner de relieve que la administración, incluida la tributaria, está sometida al derecho.

Y tal como lo señalan Morales, Delfín y Montiel (2003), ésta es una idea esencial en el tránsito de lo que se llamaba el estado policía o el estado de derecho. el estado de derecho es el sistema jurídico en el cual la potestad pública, ella misma en sus diferentes aspectos, está sometida al derecho, especialmente en lo concerniente a lo que los constitucionalistas llaman los poderes constituidos (contrapuesto al poder constituyente), el principio de la legalidad implica ante todo, la sumisión de las actuaciones administrativas a las normas legales, emanadas del poder legislativo de lo que resulta que las actuaciones administrativas son ejecución y aplicación de las normas legales, a las cuales tiene por tanto que acatar y someterse, sin poder desatender o desconocer su contenido.

En otras palabras, es deber de los ciudadanos el pago de los impuestos, tasas y contribuciones que así designe el Estado.

Los actos de la administración tributaria son eminentemente de naturaleza administrativa, de tutela y custodia de la recaudación, sus actuaciones representan como afirma López Ceballos (2000), el brazo ejecutor de la Ley. Este carácter debe estar claramente definido en el ordenamiento jurídico, su papel en todo caso es:

El reconocimiento de la obligación tributaria preexistente, es la constatación de que en la práctica se han materializado los hechos que configuran el hecho imponible, lo cual conduce a sostener...que la tarea que cumple la administración en lo relativo al monto y recaudación de los tributos es sólo una función reglada vale decir en la que no se tiene discrecionalidad, sino lo que le queda es constatar, determinar ó verificar lo que resulte de la aplicación de las normas legales a la realidad de los casos concretos... la tarea de la administración tributaria es

esencialmente de cuidado, vigilancia y constatación de que las obligaciones tributarias (nacidas por la materialización en la realidad de los supuestos definidos en normas legales) sean realmente cumplidas, esto es que los tributos sean recaudados.

Al respecto Morales, Delfin y Montiel (2003), establecen que los deberes tributarios pueden clasificarse básicamente en: Deberes Tributarios Materiales y Deberes formales.

Deberes Tributarios Materiales y sus Sanciones: los deberes tributarios materiales están relacionados con el pago de los tributos. En efecto, los contribuyentes, una vez ocurrido el hecho imponible cuya realización origina el nacimiento de la obligación tributaria deben determinar la cuantía del tributo, es decir, el monto que debe pagarse por este concepto. Para los autores antes señalados estos serían los siguientes (ob.cit)

a) Deber de Pago: el deber de pago implica determinar la cuantía del tributo y realizar el pago correspondiente, como ocurre en el caso del impuesto sobre la renta, impuesto al valor agregado y del impuesto Municipal sobre actividades económicas.

b) Oportunidad del Pago: el deber de pago del tributo conlleva de suyo que éste debe efectuarse en la fecha y lugar que al respecto imponga la normativa tributaria.

La presentación de la declaración en forma extemporánea genera una multa que es del 1% del monto de los tributos pagados con retardo (Art.110 del COT).

c) Exactitud en el monto pagado: el contribuyente se encuentra obligado a pagar el tributo en su exacta cuantía.

Si el contribuyente no realiza el pago en su exacta cuantía, la fiscalización podrá imponer la sanción por contravención. La sanción es de multa del 25% hasta el 200% del tributo omitido (Art. 111 COT, 2001).

c) Pago de los anticipos de Impuesto: entre las obligaciones de los contribuyentes y responsables, se encuentra la de pagar los anticipos de

impuesto cuando así lo prevé la normativa tributaria. Un claro ejemplo de ello es la declaración estimada de impuesto sobre la renta.

En caso de que el contribuyente omita el pago de anticipos a que está obligado, será sancionado con multa que entre el 10% al 20% de los anticipos omitidos.

d) Obligaciones como agente de retención: el agente de retención se convierte en responsable y se encuentra obligado a amputar del pago o abono en cuenta que realice, un porcentaje indicado en la reglamentación respectiva a los fines de enterarlo en una oficina receptora de fondos nacionales, en la forma y los plazos indicados en las normas respectivas.

Las sanciones previstas en el COT al agente de retención son las siguientes:

- En el caso de que no retenga o no perciba los fondos, la sanción aplicable es del 100% al 300% del tributo no retenido o no percibido.

- En el supuesto que se retenga o perciba menos de lo que corresponde, la sanción aplicable es del 50% al 150% de lo no retenido o no percibido (Art. 112 COT, 2001).

Asimismo, el COT sanciona a los agentes de retención que no enteren las cantidades retenidas o percibidas en las oficinas receptoras de fondos nacionales dentro del plazo establecido en las normas respectivas, con multa equivalente al 50% de los tributos retenidos o percibidos, por cada mes de retraso en su enteramiento, hasta un máximo de 500% del monto de dichas cantidades, sin perjuicio de los intereses moratorios correspondientes (Art. 113 COT).

Además, el COT sanciona con pena restrictiva de la libertad a los agentes de retención que con intención no enteren las cantidades retenidas o percibidas de los contribuyentes, responsables o terceros, dentro de los plazos establecidos en las disposiciones respectivas y obtenga para sí o para un tercero un enriquecimiento indebido será penado con prisión de 2 a 4 años.

Aunado a las multas antes señaladas, el incumplimiento de los deberes del agente de retención puede traer como consecuencia el rechazo de la totalidad del gasto realizado y por tanto no ser deducible a los fines de determinar la renta gravable en el impuesto sobre la renta.

Deberes formales y sus sanciones: el contribuyente como consecuencia de la operación de un negocio, no solo se encuentra obligado al pago de los tributos sino que además está obligado al cumplimiento de una serie de deberes formales, de acuerdo a lo establecido en el artículo 99 del Código Orgánico Tributario (2001), que tienen la finalidad de lograr un efectivo control fiscal por parte de la Administración Tributaria.

Los deberes formales fundamentalmente, según Morales, Delfín y Montiel (2003), son los siguientes:

- Inscribirse en los registros exigidos por las normas tributarias respectivas.
- Emitir o exigir comprobantes (Facturas o documentos equivalentes).
- Llevar libros o registros contables o especiales.
- Presentar declaraciones y comunicaciones.
- Permitir el control de la Administración Tributaria.
- Informar y comparecer ante la Administración Tributaria.
- Acatar las órdenes de la Administración Tributaria, dictadas en uso de sus facultades legales.

Constituyen ilícitos formales relacionados con el deber de inscribirse ante la administración tributaria:

- No inscribirse en los registros de la Administración Tributaria, estando obligado a ello. Multa 50 UT hasta un máximo de 200 UT.
- Inscribirse en los registros de la Administración Tributaria, fuera del plazo establecido. Multa 25 UT hasta un máximo de 100 UT.
- Proporcionar o comunicar la información en forma parcial, insuficiente o errónea. Multa 25 UT hasta un máximo de 100 UT.
- No proporcionar o comunicar cambio de domicilio o actualización en

los registros. Multa 50 UT hasta un máximo de 200 UT.

Constituyen ilícitos formales relacionados con la obligación de emitir y exigir comprobantes:

- No emitir facturas u otros documentos obligatorios. Multa de 1 U.T. por cada factura, hasta 200 U.T. En el caso del IVA cuando el monto total de las facturas, dejados de emitir exceda de 200 U.T. en un mismo periodo, el infractor será sancionado además con clausura de uno 1 hasta 5 días continuos.

- No entregar las facturas o emitirlas con prescindencia total o parcial de los requisitos exigidos.

- Emitir facturas u otros documentos obligatorios a través de máquinas fiscales que no reúnan los requisitos exigidos.

- Multa de 1 UT por cada factura, comprobante o documento emitido hasta un máximo de 150 UT por cada período.

- No exigir a los vendedores o prestadores de servicios las facturas. Multa de 1 U.T. a 5 UT.

- Emitir o aceptar documentos o facturas cuyo monto no coincida con el correspondiente a la operación real. Multa de 5 UT a 50 UT

Constituyen ilícitos formales relacionados con la obligación de llevar libros y registros especiales y contables:

1. No llevar los libros y registros contables y especiales exigidos por las normas respectivas. Multa de 50 UT, la cual se incrementará en 50 UT por cada nueva infracción hasta un máximo de 250 UT.

2. Llevar los libros y registros contables y especiales sin cumplir con las formalidades o llevarlos con atraso superior a un (1) mes.

3. No llevar en castellano o en moneda nacional los libros de contabilidad.

4. No conservar durante el plazo establecido por las leyes y reglamentos los libros, registros, copias de comprobantes de pago u otros documentos.

Multa de 25 UT, la cual se incrementará en 25 UT por cada nueva infracción hasta un máximo de 100 U.T.

En el caso del IVA, la comisión de los ilícitos antes señalados acarreará, además de la sanción pecuniaria, la clausura de la oficina, local o establecimiento, por un plazo máximo de tres (3) días continuos

Constituyen ilícitos formales relacionados con la obligación de permitir el control de la administración tributaria:

- No exhibir los libros, registros u otros documentos que la Administración Tributaria solicite. Multa de 10 UT., la cual se incrementará en 10 U.T. por cada nueva infracción hasta un máximo de 50 UT.

- Impedir el acceso a los locales, oficinas o lugares donde deben iniciarse o desarrollarse las facultades de fiscalización. Multa de 150 UT a 500 UT.

Se consideran como desacato a las órdenes de la administración tributaria:

La reapertura de un establecimiento con violación de una orden de clausura.

La destrucción o alteración de los sellos, precintos o cerraduras puesto por la Administración Tributaria,

En todos estos casos se aplicará multa de 200 a 500 UT.

Por último, es necesario advertir que el COT castiga la simulación, ocultación, maniobra o cualquiera otra forma de engaño induzca en error a la Administración Tributaria y obtenga para sí o un tercero un enriquecimiento indebido superior a dos mil unidades tributarias (2.000 UT) a expensas del sujeto activo a la percepción del tributo, con prisión de seis (6) meses a siete (7) años.

Frente a este tipo de situación las empresas, tal como la evaluada, deben evitar incurrir en los indicios de defraudación que son, entre otros, los siguientes:

1. Declarar cifras o datos falsos u omitir deliberadamente circunstancias

que influyan en la determinación de la obligación tributaria.

2. No emitir facturas u otros documentos obligatorios.
3. Emitir o aceptar facturas o documentos cuyo monto no coincida con el correspondiente a la operación real.
4. Utilizar dos o más números de inscripción, o presentar certificados de inscripción falsos o adulterados.
5. Llevar dos o más juegos de libros para una misma contabilidad, con distintos asientos.
6. Contradicción evidente entre las constancias de los libros o documentos y los datos consignados en las declaraciones tributarias.
7. No llevar o exhibir libros, documentos o antecedentes contables.
8. Aportar informaciones falsas sobre las actividades o negocios.
9. Omitir la presentación de la declaración informativa de las inversiones realizadas o mantenidas en jurisdicciones de baja imposición fiscal.

Ley de Telecomunicaciones (2000)

Con respecto a las multas de las empresas de telecomunicaciones, la LOT (2000), establece:

Artículo 153: los trámites previstos en esta Ley relativos a solicitudes en materia de otorgamiento, renovación, incorporación de atributos, sustitución, modificación o traspaso de habilitaciones administrativas o concesiones, de autorizaciones, de homologación de equipos, de inspecciones técnicas obligatorias y números geográficos o no geográficos, causará el pago de tasas por un monto que no podrá ser superior a cuatro mil Unidades Tributarias (4.000 U.T.) ni inferior a cien Unidades Tributarias (100 U.T.). El reglamento de esta Ley discriminará el monto de las tasas aplicables por cada uno de los aspectos enunciados, dentro de los límites establecidos en este artículo.

Artículo 164: será sancionado con multa de hasta cinco mil Unidades Tributarias (5000 U.T.), de conformidad con lo que prevea el Reglamento de esta Ley: (1) La falta de notificación a la

Comisión Nacional de Telecomunicaciones por parte de un operador sobre la interrupción total o parcial de un servicio de telecomunicaciones, en los casos, forma y plazos establecidos en esta Ley. (2) La demora injustificada en la entrega de la información requerida por la Comisión Nacional de Telecomunicaciones, de conformidad con la presente ley. (3) El uso de contratos de servicios cuyos modelos básicos no hayan sido aprobados por la Comisión Nacional de Telecomunicaciones; (4) Modificar u ocultar las marcas, etiquetas o signos de identificación de los equipos de telecomunicaciones, cuando con ello se obstaculicen las labores de inspección y fiscalización de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones; (5) No atender a las convocatorias que le realice la Comisión Nacional de Telecomunicaciones, cuando a dicho organismo le corresponda realizar gestiones de mediación de conformidad con lo previsto en disposiciones legales o reglamentarias;

Artículo 165: será sancionado con multa de hasta treinta mil Unidades Tributarias (30.000 U.T.), de conformidad con lo que prevea el Reglamento de esta Ley: (1) Causar interferencias perjudiciales a servicios de telecomunicaciones, en forma culposa; (2) Realizar la interconexión en términos o condiciones distintas a las establecidas en el convenio correspondiente o a las establecidas en la orden de interconexión que podrá dictar la Comisión Nacional de Telecomunicaciones, en los casos previstos en esta Ley; (3) La carencia de planes de contingencia por parte de las operadoras de servicios de telecomunicaciones, o la falta de actualización oportuna de los mismos; (4) La negativa a permitir a funcionarios de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones debidamente autorizados e identificados, el acceso a las instalaciones, equipos o documentación que según esta Ley le corresponda inspeccionar o auditar; (5) Suministrar a la Comisión Nacional de Telecomunicaciones información inexacta o incompleta sobre aspectos que ésta le haya solicitado en forma específica, en beneficio propio o de un tercero; (6) La emisión o transmisión de señales de identificación falsas o engañosas por parte de un operador, que puedan inducir a error a los usuarios o a la Comisión Nacional de Telecomunicaciones en relación con la autoría de tales emisiones o transmisiones; (7) Incumplir las condiciones generales establecidas en esta Ley, relativas a las habilitaciones administrativas o concesiones, no sancionadas por una disposición especial contenida en el presente título; (8) La facturación en exceso de las cantidades realmente adeudadas, realizada en forma culposa;

Artículo 166: será sancionada con multa por hasta cincuenta mil Unidades Tributarias (50.000 U.T.), de conformidad con lo que prevea el Reglamento de esta Ley: (1) La instalación, operación y explotación de servicios de telecomunicaciones o la utilización de frecuencias del espectro radioeléctrico que requieran la habilitación administrativa o concesión, sin contar con éstas; (2) Causar interferencias perjudiciales a servicios de telecomunicaciones, en forma dolosa; (3) Ocasionar la interrupción total o parcial de un servicio de telecomunicaciones legalmente establecido; (4) No atender los requerimientos de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones, en el plazo y condiciones que ésta determine, relativos al cese de emisiones radioeléctricas que produzcan interferencias perjudiciales; (5) Incrementar el precio de los servicios y facilidades de telecomunicaciones que se presten, sin haberlos publicado de conformidad con lo previsto en esta Ley; (6) La abstención de un operador a acatar en forma inmediata la orden de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones de permitir la interconexión con las redes de otro operador, en los términos y condiciones específicas que establezca al efecto, en los casos previstos en esta Ley; (7) La abstención de un operador a acatar oportunamente las ordenes de requisición y movilización en situaciones de contingencia; (8) No adoptar los sistemas de contabilidad separada y desglosada por servicios que establezca la Comisión Nacional de Telecomunicaciones; (9) La facturación en exceso de las cantidades realmente adeudadas, realizada en forma dolosa; (10) La abstención o negativa a suministrar documentos o información requerida por la Comisión Nacional de Telecomunicaciones, de conformidad con esta Ley;

Artículo 167: la operación de equipos de radioaficionados sin contar con la habilitación administrativa correspondiente será sancionada con multa por hasta cien Unidades Tributarias (100 U.T.).

Artículo 170: en caso de reincidencia en las violaciones o incumplimientos previstos en este Capítulo, la Comisión Nacional de Telecomunicaciones impondrá multas incrementadas sucesivamente en un veinticinco por ciento (25%) hasta el tope máximo previsto para el tipo, sin perjuicio de la revocatoria de la habilitación administrativa o concesión correspondiente.

Es evidente que la LOT (2000) establece cada multa en Unidades Tributarias, de acuerdo al valor vigente.

Definición de Términos Básicos

Capacidad Contributiva: suficiencia para ser sujeto activo o pasivo de relaciones jurídicas determinadas. (Guillén, 2006).

Carga Fiscal: tributo o gravamen que se impone a una persona. (Cabanellas, 2005).

Contribuyente: son las personas tanto naturales como jurídicas respecto de los cuales se verifica el cumplimiento de las obligaciones tributarias (SENIAT, 2006).

Deberes formales: normas dirigidas a permitir el control adecuado a la Administración Tributaria sobre los contribuyentes. (SENIAT, 2006).

Estrategas: son individuos claves responsables del éxito o fracaso de una empresa o industria. Ellos tienen diferentes títulos como: ejecutivos, jefes, presidentes, propietario, decano, empresarios. David (1998).

Fiscalización: facultad que otorga la ley para examinar, corroborar, ver, constatar, revisar libros, registros y otros Es el mecanismo que crea la ley para hacer efectiva la recaudación del tributo. (Guillén, 2006).

Fisco: es la Hacienda o el tesoro público; es sinónimo de Estado o autoridad pública en materia económica. (Cabanellas, 2005).

Imposición: es la carga o tributo que recae sobre algo, generalmente tiene carácter de imposición fiscal. (Guillén, 2006)

Impuesto: es un gravamen, cargo o tributo que las personas deben pagar al Estado. Tiene carácter obligatorio (coactivo) y no tiene contraprestación inmediata. Se sustenta en leyes y decretos. (Guillén, 2006).

Inflación: aumento de los precios de los bienes y servicios. (Guillén, 2006).

Infracción: cualquier violación o incumplimiento deliberado o no de una norma, precepto o disposición de un ordenamiento legal o estatuto público vigente. (Cabanellas, 2005).

Ingreso Fiscal: son los ingresos que percibe el sector público y generalmente se consideran en el presupuesto nacional. Son utilizados por el Estado para hacerle frente a los gastos del gobierno central y de sus diferentes organismos. (Cabanellas, 2005).

Omisión: abstención de actuar, hacer o decir, descuido u olvido. (Guillén, 2006).

Obligación tributaria: es el vínculo jurídico que surge entre el Estado en las distintas expresiones del poder público y los Contribuyentes o Responsables en el momento que ocurre el hecho imponible (SENIAT, 2006).

Políticas: forma por medio de la cual las metas fijadas van a lograrse, o las pautas establecidas para respaldar esfuerzos con el objeto de lograr las metas ya definidas. Son guías para la toma de decisiones y se establecen para situaciones repetitivas o recurrentes en la vida de una estrategia. David (1998).

Recaudación: es la cobranza de rentas públicas mediante la percepción de pagos por parte de los contribuyentes con el fin de obtener ingresos. (Cabanellas, 2005).

Responsable: son sujetos pasivos que sin tener el carácter de contribuyente deben, por disposición expresa de la ley, cumplir las obligaciones atribuidas a éstos. (Código Orgánico Tributario, 2001).

Sanción: es la solemne confirmación de una disposición legal por el Jefe de Estado, o quien ejerce sus funciones. Es la pena que se aplica cuando por acción u omisión se violen o restringen las normas tributarias contenidas en leyes orgánicas, leyes especiales, reglamentos u ordenanzas, entre otros. (Guillén, 2006).

SENIAT: es el Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria, es una institución sin personalidad jurídica, con autonomía funcional, técnica y financiera, adscrita al Ministerio de Finanzas; que constituye un órgano de ejecución de la administración tributaria nacional, al

cual le corresponde la aplicación de la legislación aduanera y tributaria nacional. (SENIAT, 2006).

Sistema Tributario: conjunto de leyes, normas, reglas que regulan el cálculo, declaración, liquidación y pago de los impuestos, tasas y contribuciones nacionales. (SENIAT, 2006).

Sujeto Activo: ente público acreedor del tributo. (Código Orgánico Tributario, 2001).

Sujeto Pasivo: el obligado al cumplimiento de las prestaciones tributarias, sea en calidad de contribuyente o de responsable. (Guillén, 2006).

bdigital.ula.ve

Cuadro 1. Operacionalización de la variable

Objetivo general: Evaluar el proceso de planificación tributaria de las Empresas Telefónicas en el municipio Valera, estado Trujillo.					
Objetivos específicos	Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	
Identificar los fines y objetivos de las Empresas Telefónicas en el municipio Valera, estado Trujillo.	PLANIFICACIÓN TRIBUTARIA	Fines de las empresas telefónicas	1.Oportunidad de acceso a los servicios 2. Políticas para el desarrollo del sector 3. Desarrollo tecnológico 4.Prestación de los servicios en lo económico financiero	1-2-3 4-5-6 7-8-9-10 11-12-13	
		Objetivos de las empresas telefónicas	1. Red Digital de Servicios Integrados 2.Velocidad para transmitir información	14-15-16 17-18	
Describir el cumplimiento de las obligaciones tributarias inherentes a las Empresas Telefónicas en el municipio Valera, estado Trujillo.	PLANIFICACIÓN TRIBUTARIA	Obligaciones tributarias	1. Fisco Nacional 2. Conatel 3. Fondo de Investigación y Desarrollo de las Telecomunicaciones 4. Impuestos Municipales 5. Tasas 6. Contribuciones especiales	19-20-21-22 23-24-25 26-27-28 29-30-31 32-33 34-35	
		Planes tributarios	1. Recursos 2. Estrategias	36-37-38 39-40-41	
Evaluar los planes tributarios, recursos y estrategias de las Empresas Telefónicas en el municipio Valera, estado Trujillo					

Fuente: Fernández (2012).

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Tipo y diseño de la investigación

La investigación se corresponde con los estudios de tipo descriptivo considerando su propósito de evaluar el proceso de planificación tributaria de las Empresas Telefónicas en el municipio Valera, estado Trujillo.

De acuerdo a ello, Hernández, Fernández y Baptista (2003) afirman que este tipo de estudio “busca especificar las propiedades características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis”, es decir, con la investigación descriptiva, se puede cumplir con el objetivo propuesto.

En cuanto al diseño de la investigación, es no experimental, de campo, lo cual según Arias (2004:25) consiste “en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos sin manipular ni controlar variable alguna”, característica ésta que se ubica en el estudio debido a que la investigadora tomó los datos directamente de las empresas telefónicas seleccionadas.

Población y muestra

Para Hernández, Fernández y Baptista (2003:304), “la población es el conjunto de todas las cosas que concuerdan en una serie de especificaciones”; es decir, son las unidades que concuerdan con las especificaciones que se quieren estudiar; en el presente estudio la población está constituida por las empresas telefónicas ubicadas en el Centro

Comercial Plaza, municipio Valera, estado Trujillo constituida por un total de siete (7) organizaciones. Sobre esa base, las siete (7) Empresas Telefónicas se muestra en el cuadro 2.

Cuadro 2. Población para el estudio

Ubicación de la empresa	Nivel del CCP	Nombre de la Empresa
Moll 1	Avenida 6	Digitel – Infodata
	Avenida 6	Movilnet
	Plaza	Moviente – Distribuidora Divisa SA
	Comercio	Digital – Pilas Importa SRL
Mol 2	Comercio	Moviente – Inversiones OM Cel. CA
	Comercio	Movistar – Globalícela
	Moviente	Celular Rentar Plaza CA

Fuente: Centro Comercial Plaza; Adaptado por Fernández (2012)

Para efectos de estudio, los sujetos informantes de la población son los administradores y/o contadores de las empresas telefónicas del Centro Comercial Plaza, por ser éstos quienes manejan el área y proceso tributario de las mismas y quienes aportan la información confiable para alcanzar los objetivos de estudio. En fin los sujetos informantes quedan representados por siete (7) administradores y/o contadores. En cuanto a la muestra, no es relevante para esta investigación, debido a que la población y unidad de análisis es pequeña, de fácil acceso y manipulación. La muestra definida por Hernández, Fernández y Baptista (2003), es “el subconjunto de la población”, eso quiere decir que una muestra debe tomarse como parte representativa de la población total cuando sea grande o infinita, para manejar con facilidad un número cuyo estudio represente la opinión o características del universo o población.

Instrumento de Recolección de Información

Según Chávez (2000:89), “los instrumentos son medios utilizados por el investigador para la recolección de la información referida a una o más variables en estudio”. En esta investigación se utilizó el cuestionario como instrumento, según Bavaresco (2001:100) el cuestionario “consiste en un instrumento, herramienta o medio que recoge información”. La autora citada considera al cuestionario como el instrumento que más detalles contiene del problema que se investiga, variables, dimensiones, indicadores e ítems. Es el medio que con los ítems redactados tiene el propósito de medir las dimensiones e indicadores del variable objeto del estudio.

El cuestionario utilizado para medir los objetivos de este estudio se diseñó bajo una escala de líder con las siguientes alternativas: Siempre, Casi Siempre, Algunas veces y Nunca. El mismo contó con cuarenta y un (41) preguntas orientadas a las cuatro dimensiones analizadas. Al respecto, este instrumento se aplicó a los administradores y/o contadores de las empresas telefónicas del Centro Comercial Plaza. (Ver anexo A).

Validez del Instrumento

Toda investigación debe cumplir dos reglas básicas para que la información obtenida por medio de los instrumentos de recolección de datos sea válida y que los mismos puedan ser comparados y utilizados en situaciones distintas e investigaciones similares; estas reglas son la validez y la confiabilidad. De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2003:155), la primera se refiere al grado en que el instrumento utilizado mide lo que se pretende medir, y la segunda regla se refiere al grado de aplicación de manera repetitiva del instrumento, al objeto de estudio en condiciones idénticas, produce los mismos resultados.

Para determinar la validez del instrumento de recolección de

información se utilizó la técnica del juicio de expertos, para lo cual se seleccionó a tres expertos en las áreas de contenido y metodología quienes revisaron e hicieron sugerencias a las preguntas planteadas. (Ver anexo B).

Plan de análisis de datos

Para el análisis de los datos que arroje la investigación, se utilizó la triangulación de la información. En términos generales, el proceso de triangulación, para Balice (2005:78) “es la acción de reunión, cruce dialéctico de toda la información pertinente al objeto de estudio, surgida en una investigación por medio de los instrumentos correspondientes, en esencia constituye el corpus de resultados de la investigación”, por lo tanto la triangulación ayuda al cruce de la información.

El aporte más brillante de la triangulación consiste en formar consciencia de carácter complejo, multidimensional y en permanente construcción de la realidad lo que a su vez ayuda a generar nuevas, creativas y complejas soluciones relacionadas con el problema tratado. Entonces, no sólo es un aporte instrumental, la triangulación es anuente a un nuevo enfoque de investigación más dialógico y dialéctico.

Los resultados de esta investigación se triangularon valiéndose de una red de triangulación, uniendo tres (3) puntos denominados vértices, materializados físicamente sobre el encuestado en cada empresa telefónica, la autora de la investigación y los aportes teóricos.

CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

A continuación se presentan los resultados del instrumento (cuestionario) aplicado a los administradores y/o contadores de las empresas telefónicas ubicadas en el Centro Comercial Plaza de Valera.

Análisis descriptivo

Tabla 1. Dimensión: Oportunidad de acceso a los servicios

Ítems	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi Nunca		Nunca	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
1) Esta empresa telefónica de la cual usted es franquiciador, posee un número significativo de oficinas para la atención de los clientes en el Municipio Valera.	7	100	-	-	-	-	-	-	-	-
2) De los siguientes servicios, cuál ofrece su empresa franquicia te al mercado:	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1) Telefonía fija	6	86	-	-	-	-	1	14	-	-
2) Telefonía móvil	7	100	-	-	-	-	-	-	-	-
3) Líneas telefónicas	7	100	-	-	-	-	-	-	-	-
4) Internet	7	100	-	-	-	-	-	-	-	-
5) Otros	7	100	-	-	-	-	-	-	-	-
3) Esta empresa franquicia te garantiza a todos los interesados, la oportunidad de adquirir sus productos y/o servicios:	7	100	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	7 individuos = 100%									

Fuente: Instrumento aplicado a los administradores y/o contadores de las empresas telefónicas ubicadas en el Centro Comercial Plaza (2012)

Gráfico 1. Dimensión: Oportunidad de acceso a los servicios



Fuente: Fernández, J. (2012).

Análisis: de acuerdo a las respuestas, el 100% grupo de empresas telefónicas estudiadas, siempre poseen un número suficiente de oficinas para la atención de los clientes en el municipio Valera, y ofrecen al mercado servicios relacionados con telefonía móvil, líneas telefónicas e Internet; otorgan sin discriminación alguna iguales oportunidades a la comunidad para que adquieran sus productos o servicios. Un pequeño porcentaje de estas empresas (14%) no ofrecen al mercado servicios de telefonía fija.

De acuerdo a lo expresado por Chávez (2012), el país debe brindarle a los ciudadanos y ciudadanas la oportunidad de acceso a los servicios, al respecto, se puede decir, que se han ampliado el número de agentes autorizados, los cuales brindan a la población valerana la disposición de la adquisición de servicios de telecomunicaciones fija y móvil, logrando que más personas se comuniquen con todo el territorio nacional e internacional.

Tabla 2. Dimensión: Políticas para el desarrollo del sector

Ítems	Siempre	Casi	Algunas	Casi	Nunca
-------	---------	------	---------	------	-------

			siempre		veces		Nunca			
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
4) Esta empresa de la cual usted es franquiciador, posee políticas orientadas al desarrollo del país:	7	100	-	-	-	-	-	-	-	-
5) Las políticas de la empresa de la cual usted es franquiciador contribuyen al desarrollo del sector telecomunicaciones:	7	100	-	-	-	-	-	-	-	-
6) La gerencia de la empresa franquicia te, apoya la participación de los trabajadores en la elaboración de sus políticas.	7	100	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	7 individuos = 100%									

Fuente: Instrumento aplicado a los administradores y/o contadores de las empresas telefónicas ubicadas en el Centro Comercial Plaza (2012)

Análisis: con relación a las políticas de desarrollo del sector, el 100% de empresas estudiadas poseen políticas orientadas al desarrollo del país las cuales contribuyen al sector telecomunicaciones y son redactadas con la participación de los trabajadores.

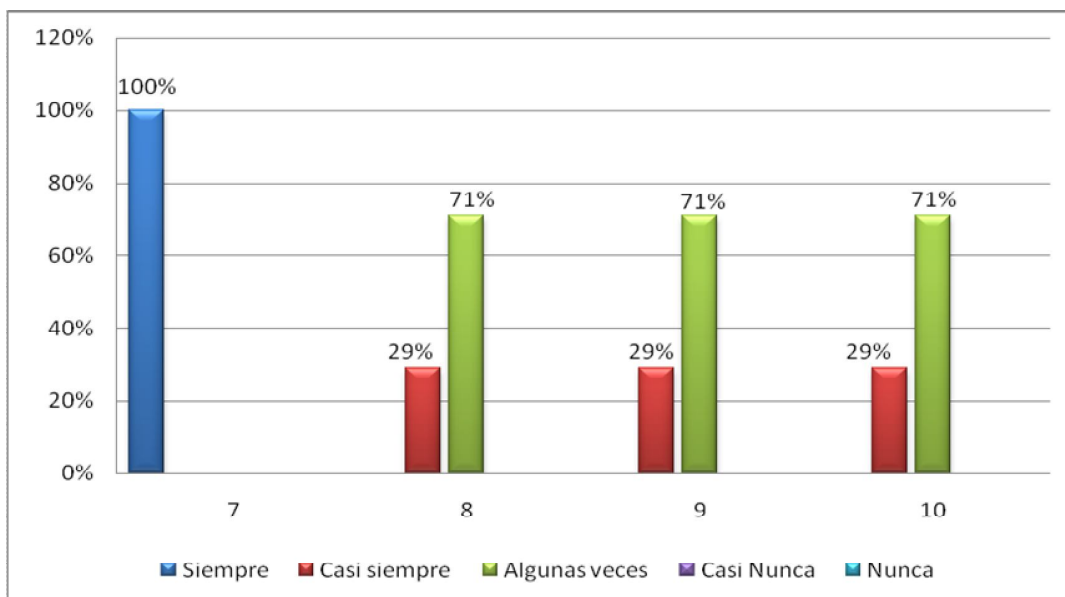
Al respecto Acevedo (2006), señala que el desarrollo del sector requiere de políticas generales que contribuyan al progreso de las telecomunicaciones. De esta manera se destaca la relevancia de la incorporación de políticas organizacionales con lineamientos basadas en nuevas tecnologías por parte de los agentes autorizados a fin de garantizar un buen servicio. Considerando que actualmente éstos tratan de cumplir en su totalidad con normativas comunicacionales impuestas por el Estado.

Tabla 3. Dimensión: Desarrollo tecnológico

Ítems	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi Nunca		Nunca	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
7) La empresa franquicia te promueve el desarrollo de tecnologías limpias (sustentables)	7	100	-	-	-	-	-	-	-	-
8) Esta empresa promueve la actualización tecnológica del capital humano.	-	-	2	29	5	71	-	-	-	-
9) Se capacita a los empleados para que otorguen a los usuarios las respuestas relacionadas con el desarrollo tecnológico.	-	-	2	29	5	71	-	-	-	-
10) El desarrollo tecnológico de la empresa franquicia te, involucra el estudio de las nuevas tecnologías acordes a las tendencias internacionales.	-	-	2	29	5	71	-	-	-	-
Total	7 individuos = 100%									

Fuente: Instrumento aplicado a los administradores y/o contadores de las empresas telefónicas ubicadas en el Centro Comercial Plaza (2012)

Gráfico 2. Dimensión: Desarrollo tecnológico



Fuente: Fernández, J. (2012).

Análisis: la totalidad de las empresas estudiadas siempre promueven el desarrollo de tecnologías limpias y la mayoría de estas (71%) solo algunas veces promueven la actualización tecnológica del capital humano, capacitan a los empleados para que otorguen a los usuarios las respuestas acordes al desarrollo tecnológico y apoyan el estudio de nuevas tecnologías según las tendencias internacionales.

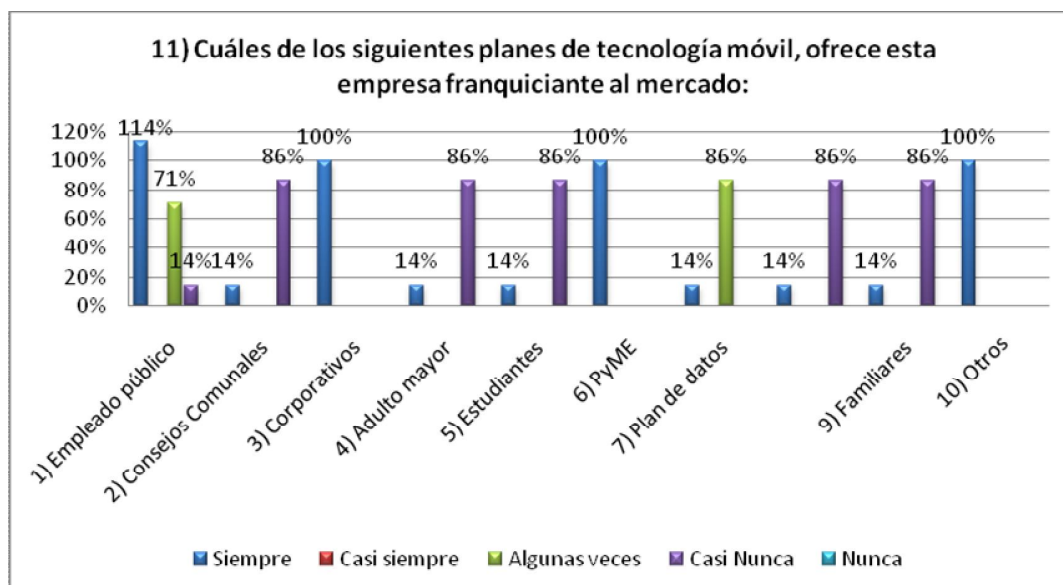
En este sentido, Acevedo (2006), argumenta que la telecomunicación implica cambios en función de la mejora en la calidad de vida; pues una sociedad con desarrollo tecnológico es indicador de satisfacción de las necesidades informativas de forma oportuna y confiable. Las empresas de comunicación del Centro Comercial Plaza se han adaptado al desarrollo tecnológico, pues utilizan tecnología de punta actualizando progresivamente sus sistemas de información.

Tabla 4. Dimensión: Prestación de los servicios en lo económico financiero

Ítems: 11) Cuáles de los siguientes planes de tecnología móvil, ofrece esta empresa franquiciante al mercado:	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi Nunca		Nunca	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
1) Empleado público	1	14	-	-	5	71	1	14	-	-
2) Consejos Comunales	1	14	-	-	-	-	6	86	-	-
3) Corporativos	7	100	-	-	-	-	-	-	-	-
4) Adulto mayor	1	14	-	-	-	-	6	86	-	-
5) Estudiantes	1	14	-	-	-	-	6	86	-	-
6) PyME	7	100	-	-	-	-	-	-	-	-
7) Plan de datos	1	14	-	-	6	86	-	-	-	-
8) Personas con discapacidad	1	14	-	-	-	-	6	86	-	-
9) Familiares	1	14	-	-	-	-	6	86	-	-
10) Otros	7	100	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	7 individuos = 100%									

Fuente: Instrumento aplicado a los administradores y/o contadores de las empresas telefónicas ubicadas en el Centro Comercial Plaza (2012)

Gráfico 3. Dimensión: Prestación de los servicios en lo económico financiero



Fuente: Fernández, J. (2012).

Análisis: en cuanto a los planes de tecnología móvil que ofrecen las empresas estudiadas, el 71% algunas veces ofrece el plan empleados públicos, mientras el 86% de las mismas casi nunca ofrece al mercado el plan consejo comunal. Entre tanto, el 100% de ellas ofrecen el plan corporativo y para las PyMES, mientras solo el 14% posee el plan adulto mayor y estudiantes, plan de datos, personas con discapacidad y familiares.

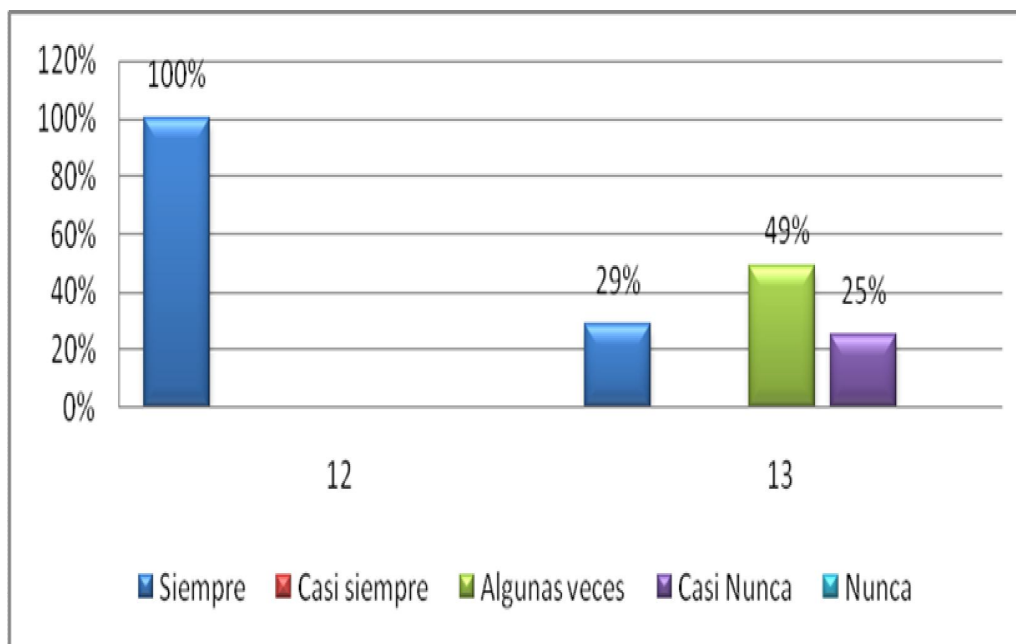
La Ley de Telecomunicaciones (2000) señala que las empresas de telecomunicaciones deben ofrecer planes y servicios adaptados a las necesidades de las personas que lo quieran adquirir. De este modo, las empresas objeto de estudio, de acuerdo a la Ley de Telecomunicaciones ofrecen a cada segmento de consumidores planes y tarifas según su poder adquisitivo y necesidades de comunicación, es por ello que se pueden conseguir variados planes ajustados a las medidas del consumidor.

Tabla 5. Dimensión: Prestación de los servicios en lo económico financiero

Ítems	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi Nunca		Nunca	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
12) La empresa franquiciante está sometida a algún tipo de regulación por parte del Estado, en cuanto al incremento de las tarifas del servicio	7	100	-	-	-	-	-	-	-	-
13) La calidad del servicio de Internet ofrecido por la empresa franquiciante, es compatible con su precio	2	29	-	-	3	42	2	29	-	-
Total	7 individuos = 100%									

Fuente: Instrumento aplicado a los administradores y/o contadores de las empresas telefónicas ubicadas en el Centro Comercial Plaza (2012)

Gráfico 4. Dimensión: Prestación de los servicios en lo económico financiero



Fuente: Fernández, J. (2012).

Análisis: todas las empresas de telecomunicaciones objeto de estudio siempre han estado sometidas a la regulación Estatal para el incremento de las tarifas. Por otro lado, un 42% de las mismas afirmó que algunas veces la calidad del servicio de Internet es compatible con su precio y para otro 29% casi nunca el servicio de Internet que ofrecen se corresponde con su precio.

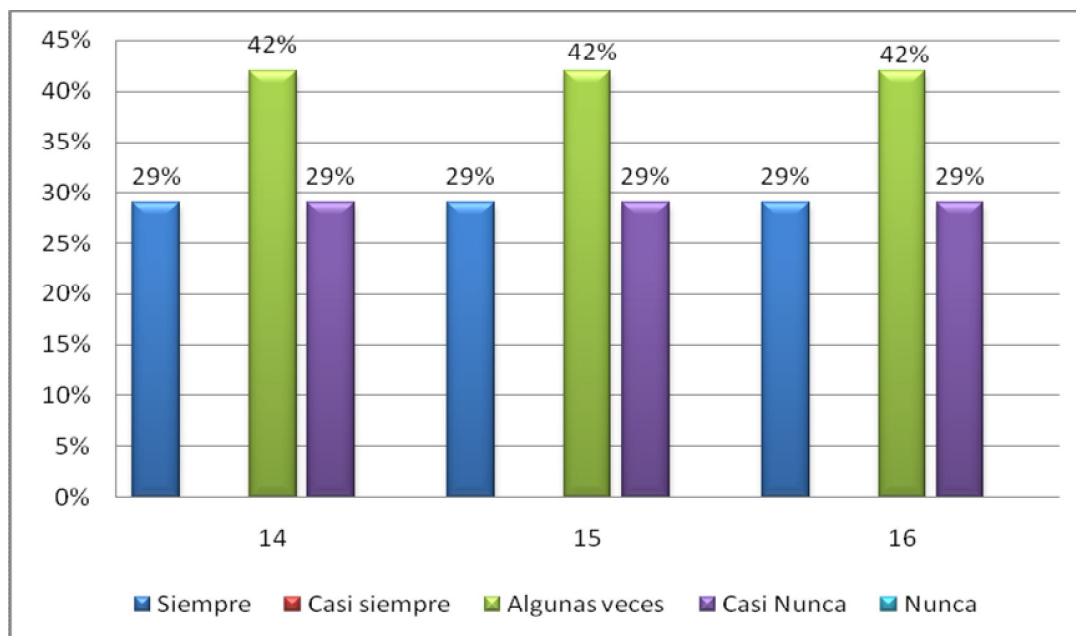
El Estado a través de la Ley de Telecomunicaciones (2000) reglamenta la prestación de servicios a nivel económico – financiero, pues establece las tarifas para las operadoras y regula que éstas se apeguen a las normativas, a fin de evitar especulaciones. En fin el Estado siempre ha sometido a dichas organizaciones. Quienes incumplan con la regulación y calidad de servicio serán objeto de sanciones.

Tabla 6. Dimensión: Red digital de servicios integrados

Ítems	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi Nunca		Nunca	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
14) La velocidad de la transmisión digital de datos en los servicios de telecomunicaciones ofrecidos por la empresa franquiciante, se consideran óptimos.	2	29	-	-	3	42	2	29	-	-
15) La plataforma tecnológica de la empresa franquiciante, es de última generación.	2	29	-	-	3	42	2	29	-	-
16) Los equipos telefónicos ofrecidos por esta empresa franquiciante, son de última generación.	2	29	-	-	3	42	2	29	-	-
Total	7 individuos = 100%									

Fuente: Instrumento aplicado a los administradores y/o contadores de las empresas telefónicas ubicadas en el Centro Comercial Plaza (2012)

Gráfico 5. Dimensión: Red digital de servicios integrados



Fue

nte: Fernández, J. (2012).

Análisis: el mayor porcentaje de respuestas (42%) se ubicó en afirmar que algunas veces la transmisión digital de datos en los servicios de telecomunicaciones ofrecidos, son óptimos; así como también este porcentaje dijo que algunas veces la plataforma tecnológica y equipos telefónicos, son de última generación. Solo el 29% de las respuestas se ubicó en afirmar que siempre ofrecen servicios óptimos con una adecuada plataforma tecnológica de última generación.

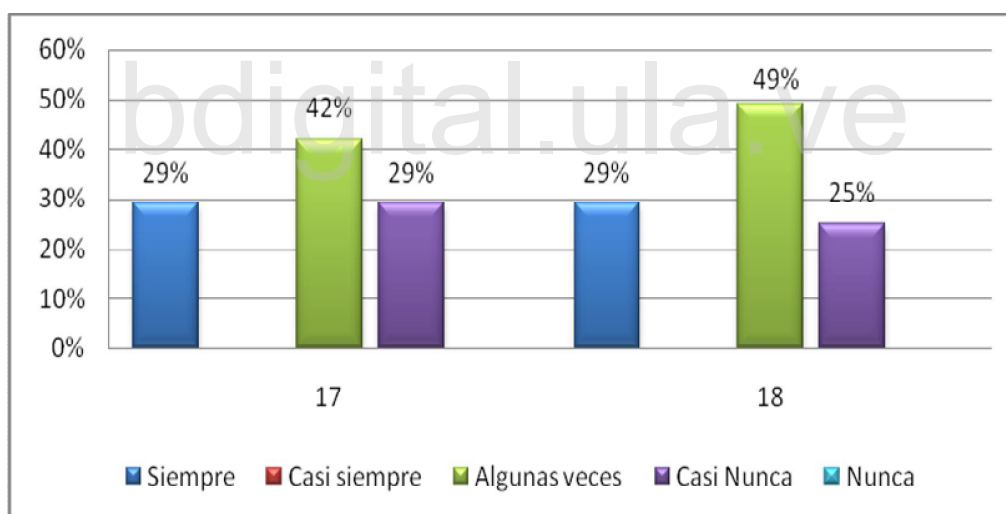
Considerando el aporte de Dumita (2012), la evolución tecnológica en las telecomunicaciones ha sido acelerada, por lo cual, se ha dado paso a la digitalización de la red telefónica en forma rentable e integrada proporcionando todos los servicios en una sola plataforma. Es por ello, que en las empresas de telecomunicaciones del Centro Comercial Plaza ofrecen diversos servicios en un solo lugar.

Tabla 7. Dimensión: Velocidad para transmitir información

Ítems	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi Nunca		Nunca	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
17) Con frecuencia se reciben quejas de los clientes por la lentitud para transmitir la información digital.	2	29	-	-	3	42	2	29	-	-
18) El mantenimiento a la plataforma tecnológica, garantiza la velocidad de la transmisión rápida de los datos.	2	29	-	-	3	42	2	29	-	-
Total	7 individuos = 100%									

Fuente: Instrumento aplicado a los administradores y/o contadores de las empresas telefónicas ubicadas en el Centro Comercial Plaza (2012)

Gráfico 6. Dimensión: Velocidad para transmitir información



Fuente: Fernández, J. (2012).

Análisis: el 42% de respuestas se ubicó en la opción referente a que algunas veces se reciben quejas de los clientes por la lentitud en la transmisión de información; igualmente, algunas veces el mantenimiento de la plataforma tecnológica ayuda a la transmisión veloz de datos. Otro 29% ubicó sus respuestas en que casi nunca se cumple con las premisas señaladas anteriormente.

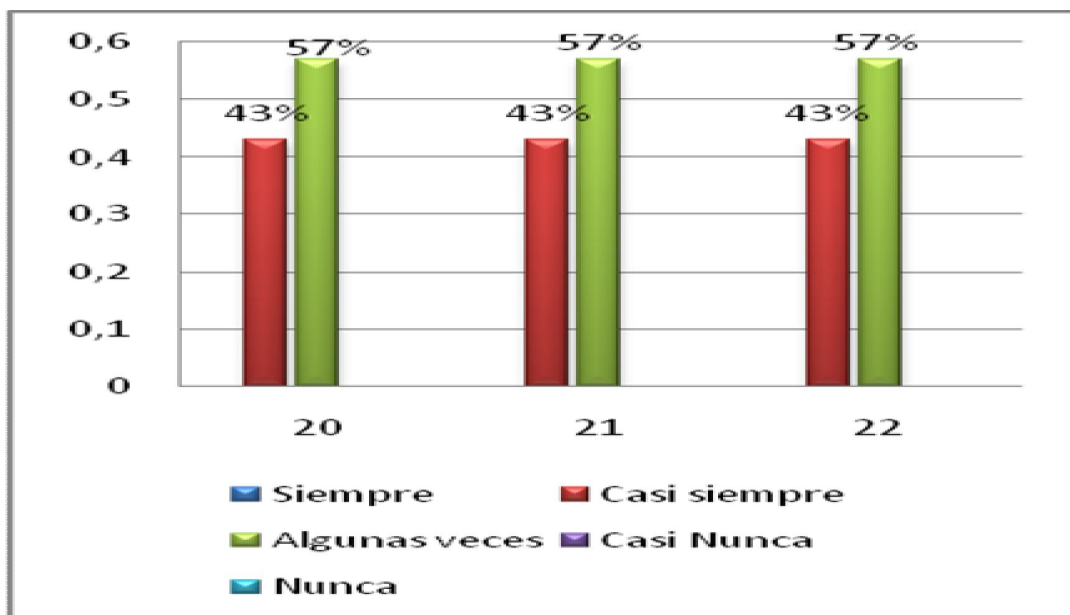
Según Dumita (2012) en Venezuela se provee que acelerarán la velocidad para la transmisión de la información, señalándose que se proporcionará la innovación tecnológica, garantizando así la disponibilidad de la información oportuna y confiable. En este sentido, las empresas de telecomunicaciones del Centro Comercial Plaza las cuales están afiliadas a las principales empresas de telecomunicaciones de Venezuela han acelerado la velocidad de transmisión de información, subiendo sus mg de trasmisión, conllevando a un servicio más rápido.

Tabla 8. Indicador: Fisco Nacional

Ítems	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi Nunca		Nunca	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
19) De los siguientes tributos, cuáles cumple esta empresa con el Fisco Nacional.										
1) IVA	7	100	-	-	-	-	-	-	-	-
2) ISLR	7	100	-	-	-	-	-	-	-	-
3) Otros	7	100	-	-	-	-	-	-	-	-
20) Ha sido fiscalizada esta empresa por funcionarios del SENIAT.	-	-	3	43	4	57	-	-	-	-
21) Han sido informados por parte del SENIAT acerca de las obligaciones tributarias de esta empresa.	-	-	3	43	4	57	-	-	-	-
22) Se mantiene en esta empresa algún plan para cumplir las obligaciones tributarias.	-	-	3	43	4	57	-	-	-	-
Total	7 individuos = 100%									

Fuente: Instrumento aplicado a los administradores y/o contadores de las empresas telefónicas ubicadas en el Centro Comercial Plaza (2012)

Gráfico 7. Indicador: Fisco Nacional



Fue

nte: Fernández, J. (2012).

Análisis: los resultados apuntan que todas las empresas encuestadas (100%) siempre cumplen con la tributación nacional referente al IVA e ISLR. Sin embargo, según las respuestas del 57% del grupo, algunas veces estas franquicias han sido fiscalizadas por el SENIAT y han recibido información acerca de sus obligaciones tributarias, además de algunas veces mantener un plan para cumplir sus obligaciones tributarias.

El Código Orgánico Tributario (2001) en sus artículos 121 – 126 hace énfasis en la regulación de una pluralidad en materia tributaria y las obligaciones a cumplir. Asimismo, hace mención al pago de Impuestos Nacionales como el IVA y el ISLR, y la importancia de verificar los procedimientos a través de la fiscalización por parte de la Administración Tributaria (SENIAT). En fin, es relevante que las empresas mantengan planes para cumplir las obligaciones tributarias y comprobar la existencia de ilícitos sancionados por el COT.

Tabla 9. Indicador: Conato

Ítems	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi Nunca		Nunca	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
23) En esta empresa se cumple oportunamente con la tributación hacia CONATEL.	-	-	7	100	-	-	-	-	-	-
24) En los registros contables de esta empresa, se maneja un apartado para el cumplimiento de las obligaciones fiscales hacia CONATEL.	-	-	7	100	-	-	-	-	-	-
25) Esta empresa ha sido sancionada por CONATEL.	-	-	-	-	-	-	7	100	-	-
Total	7 individuos = 100%									

Fuente: Instrumento aplicado a los administradores y/o contadores de las empresas telefónicas ubicadas en el Centro Comercial Plaza (2012)

Análisis: los resultados apuntan que todas las empresas encuestadas (100%) casi siempre cumplen oportunamente con la tributación a CONATEL, así como también casi siempre manejan el apartado contable para el Fondo de Investigación y Desarrollo de las Telecomunicaciones. Las franquicias estudiadas, en su totalidad (100%) casi nunca han sido sancionadas por CONATEL.

CONATEL es la Comisión Nacional de Telecomunicaciones, en coordinación con el Ministerio del Poder Popular de Infraestructura, a quien las empresas de Telecomunicaciones deberán otorgarle una contribución especial del medio por ciento (0,50%) de los ingresos brutos, derivados de la explotación de esa actividad. (Artículo 148 LOT).

En este sentido, se evidencia que la totalidad de las empresas de telecomunicaciones del Centro Comercial Plaza están al día con la tributación que deben cumplir ante Conato, manteniendo la legalidad sobre los deberes formales y para comercializar las telecomunicaciones.

Tabla 10. Indicador: Fondo de investigación y desarrollo de las telecomunicaciones

Ítems	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi Nunca		Nunca	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
26) En esta empresa se cumple oportunamente con la tributación hacia el Fondo de Investigación y Desarrollo de las Telecomunicaciones.	-	-	7	100	-	-	-	-	-	-
27) En los registros contables de esta empresa, se maneja un apartado para el cumplimiento de las obligaciones fiscales hacia Fondo de Investigación y Desarrollo de las Telecomunicaciones.	-	-	7	100	-	-	-	-	-	-
28) Esta empresa ha recibido algún tipo de incentivo por parte del Fondo de Investigación y Desarrollo de las Telecomunicaciones.	-	-	-	-	-	-	7	100	-	-
Total	7 individuos = 100%									

Fuente: Instrumento aplicado a los administradores y/o contadores de las empresas telefónicas ubicadas en el Centro Comercial Plaza (2012)

Análisis: la totalidad de franquicias estudiadas (100%) casi siempre cumplen oportunamente con la tributación hacia el Fondo de Investigación y Desarrollo de las Telecomunicaciones y casi siempre manejan un apartado para el cumplimiento de esta obligación fiscal. Igualmente el 100% de estas franquicias, casi nunca ha recibidos incentivos por parte del Fondo de Investigación y Desarrollo de las Telecomunicaciones.

El Fondo de investigación y desarrollo de las telecomunicaciones establece la tributación que las empresas de telecomunicaciones deben cumplir oportunamente, ya que éstas deben aportar el medio por ciento (0,50%) de los ingresos brutos liquidados y cancelados trimestralmente. Por lo tanto éste fondo

recibirá de las empresas objeto de estudio el medio por ciento (0,50%) de los ingresos brutos de las empresas de telecomunicaciones, dentro de los primeros quince días continuos siguientes a cada trimestre del año calendario y se calculará sobre la base de los ingresos brutos correspondientes al trimestre anterior. Asimismo, se debe incentivar a las empresas de telecomunicaciones del Centro Comercial Plaza para lograr y mantener el cumplimiento oportuno de sus obligaciones fiscales hacia el Fondo, porque de lo contrario incurriría en ilícitos formales, conllevando a la imposición de sanciones y hasta cierres temporales.

Tabla 11. Indicador: Impuestos Municipales

Ítems	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi Nunca		Nunca	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
29) De los siguientes impuestos municipales, a cuáles está sujeta la empresa.										
1) Actividad económica	7	100	-	-	-	-	-	-	-	-
2) Publicidad y propaganda comercial	-	-	-	-	7	100	-	-	-	-
3) Inmuebles Urbanos (derecho de frente)	-	-	-	-	-	-	-	-	7	100
4) Espectáculos públicos	-	-	7	100	-	-	-	-	-	-
5) Patente de Vehículos	-	-	2	29	-	-	-	-	5	71
6) Otros	-	-	-	-	7	100	-	-	-	-
30) Esta empresa ha sido fiscalizada por funcionarios de la Alcaldía de Valera.	-	-	-	-	7	100	-	-	-	-
31) Ha sido notificada esta empresa de sus obligaciones relacionadas con las ordenanzas municipales.	-	-	-	-	-	-	7	100	-	-
Total	7 individuos = 100%									

Fuente: Instrumento aplicado a los administradores y/o contadores de las empresas telefónicas ubicadas en el Centro Comercial Plaza (2012)

Análisis: las empresas encuestadas en su totalidad (100%), siempre están sujetas al impuesto municipal de actividades económicas, algunas veces al de publicidad y propaganda comercial, de espectáculos públicos y de patente de

vehículos. Llama la atención que solo algunas veces éstas franquicias han sido fiscalizadas por funcionarios municipales, pero casi nunca han recibido de los mismos, información sobre los deberes municipales.

Al respecto la Ley Orgánica del Poder Público Municipal (2009) en el artículo 172, señala la relevancia de la fiscalización, gestión y recaudación de los tributos que debe realizar la Alcaldía a las organizaciones para lograr el cumplimiento efectivo y eficaz de las obligaciones tributarias de los contribuyentes. En este sentido, la mayoría de las empresas de telecomunicaciones del Centro Comercial Plaza se mantienen al día con las obligaciones y deberes formales referidos al pago de impuestos municipales, evitando así posibles sanciones.

Tabla 12. Indicador: Tasas

Ítems	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi Nunca		Nunca	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
32) Se mantiene un registro contable de las tasas que debe cancelar esta empresa.	-	-	-	-	7	100	-	-	-	-
33) Es recíproco el servicio municipal obtenido por la empresa a cambio del pago de alguna tasa.	-	-	-	-	-	-	7	100	-	-
Total	7 individuos = 100%									

Fuente: Instrumento aplicado a los administradores y/o contadores de las empresas telefónicas ubicadas en el Centro Comercial Plaza (2012)

Análisis: en el 100% de franquicias estudiadas, algunas veces se mantiene un registro de las tasas por cancelar. Al mismo tiempo la totalidad de estas telefónicas afirmó que casi nunca es recíproco el precio con el servicio recibido de la municipalidad. Al respecto, el artículo 149 de la Ley Orgánica del Trabajo (2012) señala que todas las empresas que hagan uso del espectro radioeléctrico deben pagar anualmente a la Comisión Nacional de Telecomunicaciones una tasa por concepto de administración y control del mismo. Las empresas de telecomunicaciones del Centro Comercial Plaza cumplen con el pago de la tasa, sin embargo, algunas veces llevan el registro de ésta por o cual al momento de

una fiscalización estarían incumpliendo con una de sus obligaciones tributarias. De este modo es relevante que dichas lleven un registro contable, para el momento de una fiscalización, con el fin de demostrar su control ante la Administración Tributaria.

Tabla 13. Indicador: Contribuciones Especiales

Ítems	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi Nunca		Nunca	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
34) Cuáles de las siguientes contribuciones especiales, se cancelan en esta empresa:										
1) Seguro social	7	100	-	-	-	-	-	-	-	-
2) Incas	-	-	7	100	-	-	-	-	-	-
3) Banaba	7	100	-	-	-	-	-	-	-	-
4) Fondo de Deportes	-	-	-	-	7	100	-	-	-	-
5) Otras	-	-	-	-	7	100	-	-	-	-
35) La empresa ha recibido algún tipo de sanción por el incumplimiento de alguna contribución parafiscal.	-	-	7	100	-	-	-	-	-	-
Total	7 individuos = 100%									

Fuente: Instrumento aplicado a los administradores y/o contadores de las empresas telefónicas ubicadas en el Centro Comercial Plaza (2012)

Análisis: en el 100% de franquicias telefónicas siempre se cancela el seguro social obligatorio y el Banaba, casi siempre se cumple con el Incas y algunas veces con el Fondo de Deportes. Por otro lado, casi siempre en estas empresas se reciben sanciones por el incumplimiento de algún deber parafiscal. En este sentido, las empresas de telecomunicaciones a pesar de cumplir con las obligaciones tributarias nacionales y municipales incumplen con las contribuciones especiales y parafiscales, especialmente las destinadas al Seguro Social Obligatorio que es la más visible de sanciones.

Al respecto, el administrador y/o contador debe analizar la incidencia de cada exacción y ponderar su participación en el desembolso realizado por la empresa para su cumplimiento, de manera de enfocarse en los tributos que representan mayor presión fiscal. Otro aspecto a considerar es la relación gasto laboral e

ingresos de trabajadores vs. El nivel de dividendos a accionistas, en esta oportunidad Parra (2006:37) comenta al respecto, “merecen atención especial los recursos humanos, lo que implica la elaboración de un plan tributario laboral para la remuneración de los trabajadores, para beneficio mutuo de la empresa y sus empleados”.

Se puede decir, que las empresas de telecomunicaciones del Centro Comercial Plaza, se evidencia con frecuencia sanciones por el incumplimiento de las contribuciones especiales, especialmente las parafiscales, pues las más comunes son el retraso en el pago del Seguro Social Obligatorio y la inscripción ante el INCE. De este modo, se debe orientar a dichas empresas sobre la planificación tributaria, a fin que éstas eviten sanciones por incumplimiento.

Tabla 14. Indicador: Recursos

Ítems	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi Nunca		Nunca	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
36) ¿Qué tipo de recursos emplea la gerencia dentro de sus planes para la tributación de esta empresa telefónica?										
Jurídicos	7	100	-	-	-	-	-	-	-	-
Políticos	-	-	-	-	7	100	-	-	-	-
Humanos	7	100	-	-	-	-	-	-	-	-
Financieros	7	100	-	-	-	-	-	-	-	-
37) El recurso humano del área administrativa en esta empresa, posee los conocimientos referentes a las obligaciones fiscales.	-	-	-	-	-	-	7	100	-	-
38) La gerencia muestra interés en cuanto a las actualizaciones jurídico-tributarias de este tipo de empresas.	-	-	-	-	7	100	-	-	-	-
Total	7 individuos = 100%									

Fuente: Instrumento aplicado a los administradores y/o contadores de las empresas telefónicas ubicadas en el Centro Comercial Plaza (2012)

Análisis: entre los recursos empleados para la tributación, los 100% de las telefónicas encuestadas, siempre se valen de los recursos humanos y financieros para hacer los planes tributarios, salvo que algunas veces se utilizan los recursos políticos en la planificación tributaria. Según el 100% del grupo encuestado, casi nunca el recurso humano adscrito a cada telefónica, maneja los conocimientos suficientes sobre las obligaciones tributarias; aunado a esto, algunas veces la gerencia se muestra interesada en la actualización fiscal de su empresa.

En síntesis, las empresas objeto de estudio utilizan varios tipos de recursos jurídicos, políticos, humanos, financieros, los cuales garantizan la viabilidad del alcance de objetivos. Complementando lo anterior, Parra (2006), expresa que “para la operación de la planificación tributaria, la definición de funciones del personal es de suma importancia y ello comprende no sólo la gerencia y los directivos sino todo el personal administrativo y operativo”. Por tanto, la utilización de recursos y la asignación de funciones, son un requisito indispensable para obtener una óptima planificación.

bdigital.ula.ve

Tabla 15. Indicador: Estrategias

Ítems	Siempre		Casi siempre		Algunas veces		Casi Nunca		Nunca	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
39) ¿De cuáles estrategias se vale la gerencia para el ahorro fiscal de esta empresa telefónica?										
Metas tributarias	-	-	-	-	7	100	-	-	-	-
Objetivos a corto plazo	-	-	-	-	-	-	7	100	-	-
Objetivos a largo plazo	-	-	-	-	-	-	7	100	-	-
40) Las estrategias fiscales de esta empresa, involucran:										
Ámbito nacional	-	-	-	-	7	100	-	-	-	-
Ámbito estatal	-	-	-	-	7	100	-	-	-	-
Ámbito municipal	-	-	-	-	7	100	-	-	-	-
41) En la empresa se desarrollan estrategias que incluyen actividades deducibles del monto por tributar.	-	-	7	100	-	-	-	-	-	-
Total	7 individuos = 100%									

Fuente: Instrumento aplicado a los administradores y/o contadores de las empresas telefónicas ubicadas en el Centro Comercial Plaza (2012)

Análisis: para el ahorro fiscal, las franquicias telefónicas encuestadas (100%), algunas veces se valen de las metas tributarias y casi nunca emplean los objetivos a largo y corto plazo. Entre tanto, las estrategias fiscales de las empresas, algunas veces involucran el ámbito nacional estatal y municipal, pero casi siempre en cada empresa se desarrollan estrategias de actividades deducibles al monto por tributar.

La planificación según Parra (2006) va ligada con la estrategia a seguir y permite que el desarrollo de las empresas sean coherentes y permitan definir con claridad sus objetivos, no sólo desde el punto de vista de su objeto social, definido en los estatutos, sino según la orientación de sus propietarios y directores. Todo ello lleva a la formulación de una política empresarial, que debe ser única para cada empresa, pero dentro del entorno institucional. La estrategia va a permitir

utilizar los recursos adecuadamente para aplicar planes de acción destinados a lograr los objetivos de la organización a largo plazo.

bdigital.ula.ve

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

De acuerdo a la investigación realizada se hizo una evaluación del proceso de planificación tributaria de las Empresas Telefónicas en el municipio Valera, estado Trujillo, específicamente las ubicadas en el Centro Comercial Plaza, cuyos resultados constituyen una manera de resolver posibles problemas presentes en la planificación tributaria, en el cumplimiento de obligaciones y de los deberes formales. Es relevante mencionar que para alcanzar la eficiencia y eficacia del proceso se debe plantear fines, objetivos, planes, recursos y estrategias que conlleven a un proceso fiscal positivo, por lo que es necesario que las empresas de telecomunicaciones objeto de estudio apliquen correctamente la planificación en función de disminuir el impacto negativo que tienen el incumplimiento de las obligaciones tributarias en la Administración Tributaria y en el municipio Valera, pues actualmente se detectan algunas deficiencias con respecto a la orientación y capacitación (existe poca importancia sobre el proceso).

Se puede decir, que en dichas empresas también se evidencian algunos focos de desconocimiento sobre la planificación y las obligaciones tributarias que en ocasiones pueden desestabilizar los procesos de cancelación de impuestos municipales, nacionales, especialmente a las contribuciones especiales entre ellas el Seguro Social Obligatorio, que es la más evidente en este tipo de organización, conllevando a generar ilícitos que se convierten en sanciones o cierres temporales.

En este orden de ideas, se pudo conocer que las empresas tienen una definición de los objetivos generales y específicos a cumplir, pero no establecen metas definidas de pago de impuestos y contribuciones especiales debido a que en ocasiones se modifican dependiendo de los ingresos generados. Se pudo notar que la planificación tributaria está estructurada de acuerdo a los resultados obtenidos en el período fiscal anterior, asimismo se realiza de forma automatizada, el cual aporta información confiable y buenos resultados a nivel contable - financiero.

En cuanto a los fines y objetivos de las Empresas Telefónicas en el municipio Valera, estado Trujillo se detectó que las mismas brindan oportunidad de acceso a los servicios (telefonía móvil, fija, Internet, entre otros) tanto para la organización como para sus clientes. Para ello han implementado políticas de desarrollo que contribuyen a avanzar tecnológicamente, pues hoy en día es importante contar con tecnología actualizada y disponible, debido que se vive en un entorno dinámico y comunicativo. Estas empresas están reguladas por el Estado específicamente a través de la Ley de Telecomunicaciones (2000) quien impone las tarifas y planes que deben ofrecer a los consumidores por la adquisición de un servicio de red digital integrada con amplia velocidad de transmisión comunicativa.

En referencia al cumplimiento de las obligaciones tributarias inherentes a las Empresas Telefónicas en el municipio Valera, estado Trujillo, se destaca que cumplen con lo estipulado por el Fisco Nacional y Conatel. Además cancelan al Fondo de Investigación y Desarrollo de las Telecomunicaciones el medio por ciento (0,50%) de sus ingresos brutos. Los impuestos municipales y las tasas por uso del espectro radioeléctrico son cancelados oportunamente ante la Alcaldía y la Comisión Nacional de Telecomunicaciones. Sin embargo, las contribuciones especiales si muestra que no se cumplen totalmente pues existen empresas que incumplen con esta obligación lo que le ha ocasionado sanciones y cierres temporales del

establecimiento.

Los planes tributarios, recursos y estrategias que aplican las Empresas Telefónicas en el municipio Valera, estado Trujillo, según su evaluación utilizan los recursos de manera racional y cubre las obligaciones que tiene con la Administración Tributaria, Por otra parte, la planificación requiere la asignación de funciones para el logro de objetivos, además se evidencia la débil estructuración de estrategias, siendo necesario su diseño e implementación inmediata, lo cual llevará a la formulación de una política empresarial en función del logro de objetivos organizacionales a largo plazo.

En general, la planificación tributaria de las empresas de telecomunicaciones del municipio Valera cumple con las expectativas de financieras de las empresas, sin embargo, se puede optimizar para que genere 100% de resultados favorables que satisfagan las necesidades de la organización, además de ofrecer información sobre el incumplimiento de la obligación tributaria, evitando los ilícitos y la aplicación de sanciones.

Recomendaciones

Se recomienda a las empresas de telecomunicaciones ubicadas en el Centro Comercial Plaza del municipio Valera, Estado Trujillo, lo siguiente:

- Tener disponibilidad de la información financiera y fiscal para garantizar una administración tributaria confiable.
- Definir objetivos y metas de planificación para lograr un proceso tributario efectivo y eficaz.
- Promover la utilización de las políticas más adecuadas para el desarrollo del sector de telecomunicaciones.
- Capacitar a los encargados de llevar la administración, contabilidad y proceso tributario de las empresas de telecomunicaciones la combinación de políticas ya que son muy pocas las que las utilizan.

- Medir con frecuencia la liquidez y solvencia, para disminuir los retrasos de las obligaciones tributarias.
- Promover la cultura tributaria en las empresas de telecomunicaciones para alcanzar la eficiencia y eficacia del proceso de planificación tributaria.
- Diseñar una base de datos sobre las obligaciones tributarias, que ofrezca información confiable al proceso de planificación tributaria.
- Disminuir la evasión fiscal, tomando en cuenta los resultados obtenidos en la planificación tributaria.
- Establecer mecanismos de control para monitorear la planificación tributaria de las empresas de telecomunicaciones.
- Proponer estrategias para generar una óptima planificación tributaria.
- Registrar y actualizar las obligaciones tributarias en una base de datos automatizada.
- Asignar una función específica a cada empleado que interviene en el proceso de planificación tributaria, a fin de evitar la sobrecarga de trabajo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acevedo A. (2006). El desarrollo tecnológico de las comunicaciones en el camino hacia la Sociedad de la Información. [Documento en línea] Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2285983>
- Arias, F. (2004). El Proyecto de Investigación. (3era Edición) Caracas: Editorial Episteme.
- Barksdale, J. (1999) La tecnología de las telecomunicaciones en comunidades organizativas dinámicas, en Hesselbein, F; Goldsmith, M; Beckhard, R y Shubert, R (compiladores). La comunidad del Futuro. Ediciones Granica. México. Pp. 121-129.
- Bavaresco de Prieto, A.M. (2001). Proceso Metodológico de la Investigación (Como hacer un Diseño de Investigación), Maracaibo – Venezuela. Editorial de la Universidad del Zulia.
- Beatrice, A. (2007). Evaluación de la Planificación Tributaria de la Empresa Víveres de Candido C.A. como Contribuyente Especial. Universidad Rafael Beloso Chacín – URBE. Disponible en: <http://www.urbe.edu/portal-biblioteca/basesdedatos-urbe/tesis/>
- Blaikie, M. (2005). Trabajo en equipo. México: Ed. Prentice Hall.
- Blas, H. (2007). Responsabilidad tributaria. [Documento en línea] Disponible en: <http://www.econlink.com.ar/contabilidad/responsabilidad.shtml>
- Cabanellas, G. (2005). Diccionario Jurídico Elemental. Buenos Aires, Argentina: Ed. Heliasta.
- Chávez H. (2012). Logros y Avances del Gobierno Bolivariano 2011. Memoria y Cuenta del Comandante Presidente de la República Bolivariana de Venezuela. Hugo Chávez Frías.
- Chávez, N. (2000). Metodología de la investigación. Maracaibo. LUZ.
- Código Orgánico Tributario. (2001) Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, 37.305. Octubre 17, 2001.
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. (1999). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, 5453, Marzo 2000.

- Corredor, C. (2004). Administración tributaria municipal. [Documento en línea] Disponible en la Web: <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/ve/2008/ccdg2.htm>
- Cusgüen, E. (1998) Manual de Derecho Tributario. Elementos sustanciales y procedimentales. Grupo Editorial Leyer Ltda. Bogotá
- David, F. (1998). Satisfacción laboral. México: Ed. Mc Graw Hill.
- Dumith, F. (2012). Venezuela: Telecomunicaciones. [Documento en línea] Disponible en: <http://a-venezuela.com/index.php/ve/venezuela?start=16>
- Gómez, R. (2001). Proceso de Planificación Tributaria de las PYMES, ubicadas en el Municipio Valera del Estado Trujillo. Trabajo Especial de Grado. Universidad de los Andes, Núcleo Universitario Rafael Rangel. NURR-ULA.
- González, N. (2007). El Plan Evasión Cero y los deberes formales del IVA. [Documento en línea] Disponible en: <http://www3.dinero.com.ve/188/portada/tributos.html> [Consulta: Junio, 2010]
- Guillén, J. (2006). Tributación y deberes formales. Material mimeografiado. IUTET Valera.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2003) Metodología de la Investigación (4ta edición) México: Mc Graw Hill Interamericana Editores.
- Hidalgo, A. (2009). Aspectos generales de la planificación tributaria en Venezuela. [Documento en línea] Disponible en: <http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:2nKTMTRnURsJ:www.urbe.edu/publicaciones/comercium/pdf/vol-2/2-aspectos-generales-planificacion-alejandra-hidalgo.pdf+pulido+%2B>
- Ley Orgánica del Poder Público Municipal (LPPM, 2009). Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela. Gaceta Oficial N° 38.204 del 08-06-05.
- Ley Orgánica de Telecomunicaciones (2000). Gaceta Oficial No. 36.920 de fecha 28 de marzo del año 2000. República Bolivariana de Venezuela.
- Ley Orgánica del Trabajo (2012). Decreto No 8.938 del 30 de abril de 2012.
- López L. (2010). Guía práctica Fiscalizaciones Tributarias. Caracas, Venezuela: Ed. Legis.

- López Ceballos, E. (2000). Más medios para la administración tributaria. España: Ed. RHGR-Ontier
- Meyer, H. (2002). Marketing Ventas al por menor. Editorial McGraw-Hill, Bogotá.
- Morales, E., Delfín, M. y Montiel, M. (2003). Derecho tributario. Caracas: Ed. Fraga, Sánchez & Asociados, S.C.
- Moya Millán, E. (2003). Elementos de Finanzas Públicas y Derecho Tributario. Caracas: Mobilibros.
- Parra, A. (2006). Planeación tributaria y organización empresarial. Colombia: Ed. Legis Editores S.A.
- Pulido, J. (2005). Los primeros recaudadores. Orígenes Universales de la Recaudación. Editorial Thamer, C.A. Venezuela.
- Ramos, L. (2003). Planificación Tributaria en Materia de Impuesto Sobre la Renta y Activos Empresariales. Caso: Empresa Manufacturera. Barquisimeto, Estado Lara. Trabajo Especial de Grado.
- Rojas, I. y Alwin A. (2005). Los Grupos de Empresas en el sistema jurídico de relaciones laborales. [Documento en línea] Disponible en: <http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-00122005000100005&script=>
- SENIAT, (2006). Glosario: Tributos internos. [Documento en línea] Disponible en: http://www.seniat.gob.ve/portal/page/portal/MANEJADOR_CONTENTIDO_SENIAT/03TRIBUTOS/3.8GLOSARIO/3.8GLOSARIO_TRIBUTOS_INTERNOS.pdf
- Serrano, A. (2000). Las telecomunicaciones en Latinoamérica. Retos y perspectivas. Pearson Educación: México.
- Telecom. (2009). Artículo de opinión sobre las telecomunicaciones en Venezuela.
- Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT, 2002). Informe sobre el Desarrollo Mundial de las Telecomunicaciones 2002. Reinención de las Telecomunicaciones. Ginebra. Suiza.
- Valdez, L. (2005). Visión tributaria. [Documento en línea] Disponible en: <http://blog.pucp.edu.pe/item/66942/la-vision-tributaria-de-luis-aparicio-valdez>

Valera, J. (2009). Directrices de Planificación Tributaria en Materia de Impuesto Sobre la Renta. Caso: Empresa Corpinsa Lara C.A. Trabajo Especial de Grado. Universidad Centro Occidental Lisandro Alvarado – UCLA.

Villegas, H. (2007). Curso de finanzas, derecho financiero y tributario. México: Ed. Ateneo.

bdigital.ula.ve

ANEXOS

bdigital.ula.ve

ANEXO A

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

bdigital.ula.ve

**UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
NUCLEO "RAFAEL RANGEL"
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,
ECONÓMICAS Y CONTABLES
TRUJILLO, ESTADO TRUJILLO**



CUESTIONARIO DE LA VARIABLE: PLANIFICACIÓN TRIBUTARIA

1) Esta empresa telefónica de la cual usted es franquiciado, posee un número significativo de oficinas para la atención de los clientes en el Municipio Valera.

- 1) Nunca
- 2) Casi nunca
- 3) Algunas veces
- 4) Casi siempre
- 5) Siempre

2) De los siguientes servicios, cuál ofrece su empresa franquiciante al mercado:

- 1) Telefonía fija
- 2) Telefonía móvil
- 3) Líneas telefónicas
- 4) Internet
- 5) Otros

3) Esta empresa franquiciante garantiza a todos los interesados, la oportunidad de adquirir sus productos y/o servicios:

- 1) Nunca
- 2) Casi nunca
- 3) Algunas veces
- 4) Casi siempre
- 5) Siempre

4) Esta empresa de la cual usted es franquiciado, posee políticas orientadas al desarrollo del país:

- 1) Nunca
- 2) Casi nunca
- 3) Algunas veces
- 4) Casi siempre
- 5) Siempre

5) Las políticas de la empresa de la cual usted es franquiciado contribuyen al desarrollo del sector telecomunicaciones:

- 1) Nunca
- 2) Casi nunca
- 3) Algunas veces
- 4) Casi siempre
- 5) Siempre

6) La gerencia de la empresa franquiciante, apoya la participación de los trabajadores en la elaboración de sus políticas.

- 1) Nunca
- 2) Casi nunca
- 3) Algunas veces
- 4) Casi siempre
- 5) Siempre

7) La empresa franquiciante promueve el desarrollo de tecnologías limpias (sustentables)

- 1) Nunca
- 2) Casi nunca
- 3) Algunas veces
- 4) Casi siempre
- 5) Siempre

8) Esta empresa promueve la actualización tecnológica del capital humano.

- 1) Nunca
- 2) Casi nunca
- 3) Algunas veces
- 4) Casi siempre
- 5) Siempre

9) Se capacita a los empleados para que otorguen a los usuarios las respuestas relacionadas con el desarrollo tecnológico.

- 1) Nunca
- 2) Casi nunca
- 3) Algunas veces
- 4) Casi siempre
- 5) Siempre

10) El desarrollo tecnológico de la empresa franquiciante, involucra el estudio de las nuevas tecnologías acordes a las tendencias internacionales.

- 1) Nunca
- 2) Casi nunca
- 3) Algunas veces
- 4) Casi siempre
- 5) Siempre

11) Cuáles de los siguientes planes de tecnología móvil, ofrece esta empresa franquiciante al mercado:

- 1) Empleado público
- 2) Consejos Comunales
- 3) Corporativos
- 4) Adulto mayor
- 5) Estudiantes
- 7) PyME
- 8) Plan de datos
- 9) Personas con discapacidad
- 10) Familiares
- 11) Otros

12) La empresa franquiciante está sometida a algún tipo de regulación por parte del Estado, en cuanto al incremento de las tarifas del servicio

- 1) Nunca
- 2) Casi nunca
- 3) Algunas veces
- 4) Casi siempre
- 5) Siempre

13) La calidad del servicio de Internet ofrecido por la empresa franquiciante, es compatible con su precio

- 1) Nunca
- 2) Casi nunca
- 3) Algunas veces
- 4) Casi siempre
- 5) Siempre

14) La velocidad de la transmisión digital de datos en los servicios de telecomunicaciones ofrecidos por la empresa franquiciante, se consideran óptimos.

- 1) Nunca
- 2) Casi nunca
- 3) Algunas veces
- 4) Casi siempre
- 5) Siempre

15) La plataforma tecnológica de la empresa franquiciante, es de última generación.

- 1) Nunca
- 2) Casi nunca
- 3) Algunas veces
- 4) Casi siempre
- 5) Siempre

16) Los equipos telefónicos ofrecidos por esta empresa franquiciante, son de última generación.

- 1) Nunca
- 2) Casi nunca
- 3) Algunas veces
- 4) Casi siempre
- 5) Siempre

17) Con frecuencia se reciben quejas de los clientes por la lentitud para transmitir la información digital.

- 1) Nunca
- 2) Casi nunca
- 3) Algunas veces
- 4) Casi siempre
- 5) Siempre

18) El mantenimiento a la plataforma tecnológica, garantiza la velocidad de la transmisión rápida de los datos.

- 1) Nunca
- 2) Casi nunca
- 3) Algunas veces
- 4) Casi siempre
- 5) Siempre

19) De los siguientes tributos, cuáles cumple esta empresa con el Fisco Nacional.

- 1) IVA
- 2) ISLR
- 3) Otros, cuáles: _____

20) Ha sido fiscalizada esta empresa por funcionarios del SENIAT.

- 1) Nunca
- 2) Casi nunca
- 3) Algunas veces
- 4) Casi siempre
- 5) Siempre

21) Han sido informados por parte del SENIAT acerca de las obligaciones tributarias de esta empresa.

- 1) Nunca
- 2) Casi nunca
- 3) Algunas veces
- 4) Casi siempre
- 5) Siempre

22) Se mantiene en esta empresa algún plan para cumplir las obligaciones tributarias.

- 1) Nunca
- 2) Casi nunca
- 3) Algunas veces
- 4) Casi siempre
- 5) Siempre

23) En esta empresa se cumple oportunamente con la tributación hacia CONATEL.

- 1) Nunca
- 2) Casi nunca
- 3) Algunas veces
- 4) Casi siempre
- 5) Siempre

24) En los registros contables de esta empresa, se maneja un apartado para el cumplimiento de las obligaciones fiscales hacia CONATEL.

- 1) Nunca
- 2) Casi nunca
- 3) Algunas veces
- 4) Casi siempre
- 5) Siempre

25) Esta empresa ha sido sancionada por CONATEL.

- 1) Nunca
- 2) Casi nunca
- 3) Algunas veces
- 4) Casi siempre
- 5) Siempre

26) En esta empresa se cumple oportunamente con la tributación hacia el Fondo de Investigación y Desarrollo de las Telecomunicaciones.

- 1) Nunca
- 2) Casi nunca
- 3) Algunas veces
- 4) Casi siempre

5) Siempre

27) En los registros contables de esta empresa, se maneja un apartado para el cumplimiento de las obligaciones fiscales hacia Fondo de Investigación y Desarrollo de las Telecomunicaciones.

1) Nunca

2) Casi nunca

3) Algunas veces

4) Casi siempre

5) Siempre

28) Esta empresa ha recibido algún tipo de incentivo por parte del Fondo de Investigación y Desarrollo de las Telecomunicaciones.

1) Nunca

2) Casi nunca

3) Algunas veces

4) Casi siempre

5) Siempre

29) De los siguientes impuestos municipales, a cuáles está sujeta la empresa.

1) Actividad económica

2) Publicidad y propaganda comercial

3) Inmuebles Urbanos (derecho de frente)

4) Espectáculos públicos

5) Patente de Vehículos

6) Otros

30) Esta empresa ha sido fiscalizada por funcionarios de la Alcaldía de Valera.

1) Nunca

2) Casi nunca

3) Algunas veces

4) Casi siempre

5) Siempre

31) Ha sido notificada esta empresa de sus obligaciones relacionadas con las ordenanzas municipales.

1) Nunca

2) Casi nunca

3) Algunas veces

4) Casi siempre

5) Siempre

32) Se mantiene un registro contable de las tasas que debe cancelar esta empresa.

- 1) Nunca
- 2) Casi nunca
- 3) Algunas veces
- 4) Casi siempre
- 5) Siempre

33) Es recíproco el servicio municipal obtenido por la empresa a cambio del pago de alguna tasa.

- 1) Nunca
- 2) Casi nunca
- 3) Algunas veces
- 4) Casi siempre
- 5) Siempre

34) Cuáles de las siguientes contribuciones especiales, se cancelan en esta empresa:

- 1) Seguro social
- 2) Inces
- 3) Banavih
- 4) Fondo de Deportes
- 5) Otras

35) La empresa ha recibido algún tipo de sanción por el incumplimiento de alguna contribución parafiscal.

- 1) Nunca
- 2) Casi nunca
- 3) Algunas veces
- 4) Casi siempre
- 5) Siempre

36) ¿Qué tipo de recursos emplea la gerencia dentro de sus planes para la tributación de esta empresa telefónica?

- Jurídicos
- Políticos
- Humanos
- Financieros

37) El recurso humano del área administrativa en esta empresa, posee los conocimientos referentes a las obligaciones fiscales.

- 1) Nunca
- 2) Casi nunca
- 3) Algunas veces

4) Casi siempre

5) Siempre

38) La gerencia muestra interés en cuanto a las actualizaciones jurídico-tributarias de este tipo de empresas.

1) Nunca

2) Casi nunca

3) Algunas veces

4) Casi siempre

5) Siempre

39) ¿De cuáles estrategias se vale la gerencia para el ahorro fiscal de esta empresa telefónica?

Metas tributarias

Objetivos a corto plazo

Objetivos a largo plazo

40) Las estrategias fiscales de esta empresa, involucran:

1) Ámbito nacional

2) Ámbito estatal

3) Ámbito municipal

41) En la empresa se desarrollan estrategias que incluyen actividades deducibles del monto por tributar.

1) Nunca

2) Casi nunca

3) Algunas veces

4) Casi siempre

5) Siempre

ANEXO B

VALIDACIONES
bdigital.uisa.ve



UNIVERSIDAD DE LOS ANDES.
NÚCLEO "RAFAEL RANGEL".
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
TRUJILLO. ESTADO. TRUJILLO

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

bdigital.ula.ve

Yo, Yanceth Paredes, Cédula de Identidad N° 11.569.797 de profesión Contador Público, hago constar por medio de la presente que he evaluado el instrumento diseñado por la Br. Jolfrancy Fernández, titular de la cédula de Identidad N° V- 17.267.112, para la realización de su Trabajo Especial de Grado Titulado: **PROCESO DE PLANIFICACIÓN TRIBUTARIA DE LAS EMPRESAS TELEFÓNICAS EN EL MUNICIPIO VALERA, ESTADO TRUJILLO**, para optar al título de Licenciada en Contaduría Pública en la Universidad de Los Andes, Núcleo "Rafael Rangel".

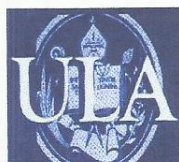
Validador

C.I. N°:

11569797

Fecha:

29/09/2012



UNIVERSIDAD DE LOS ANDES.
NÚCLEO "RAFAEL RANGEL".
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
TRUJILLO. ESTADO. TRUJILLO

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, **Liomar Betancourt**, Cédula de Identidad N° 12.518.096 de profesión Contador Público, hago constar por medio de la presente que he evaluado el instrumento diseñado por la Br. Jolfrancy Fernández, titular de la cédula de Identidad N° V- 17.267.112, para la realización de su Trabajo Especial de Grado Titulado: **PROCESO DE PLANIFICACIÓN TRIBUTARIA DE LAS EMPRESAS TELEFÓNICAS EN EL MUNICIPIO VALERA, ESTADO TRUJILLO**, para optar al título de Licenciada en Contaduría Pública en la Universidad de Los Andes, Núcleo "Rafael Rangel".

Validador

C.I. N°: 12518096
Fecha: _____



UNIVERSIDAD DE LOS ANDES.
NÚCLEO "RAFAEL RANGEL".
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
TRUJILLO. ESTADO. TRUJILLO

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Edgar Morales, Cédula de Identidad N° 5.501.334 de profesión Contador Público, hago constar por medio de la presente que he evaluado el instrumento diseñado por la Br. Jolfrancy Fernandez , titular de la cédula de Identidad N° V- 17.267.112, para la realización de su Trabajo Especial de Grado Titulado: **PROCESO DE PLANIFICACIÓN TRIBUTARIA DE LAS EMPRESAS TELEFÓNICAS EN EL MUNICIPIO VALERA, ESTADO TRUJILLO**, para optar al título de Licenciada en Contaduría Pública en la Universidad de Los Andes, Núcleo "Rafael Rangel".

Validador

C.I. N°:

5501334

Fecha:

19/9/2012